مبادئ في
علم الاقتصاد
(الاقتصاد الوحدى)

دكتور
طلعت الدمرداش إبراهيم
أستاذ الاقتصاد
كلية التجارة . جامعة الزقازيق

٢٠٠٦

مبادئ في علم الاقتصاد : الاقتصاد الوحدى
د. طلعت الدمرداش
الطبعة الثانية: ٢٠٠٦
رقم الإيداع بدار الكتب المصرية : ٢٠٠٦/١٩٢٧٩
الترقيم الدولى : I.S.B.N.977-04-5010-3
الناشر : مكتبة القدس. الزقازيق. مصر

بسم الله الرحمن الرحيم

﴿اعْلَمُوا أَنَّمَا الْحَيَاةُ الدُّنْيَا لَعِبٌ وَلَهْوٌ وَزِينَةٌ وَتَفَاخُرٌ بَيْنَكُمْ وَتَكَاثُرٌ فِي الأَمْوَالِ وَالأَوْلادِ كَمَثَلِ غَيْثٍ أَعْجَبَ الْكُفَّارَ نَبَاتُهُ ثُمَّ يَهِيجُ فَتَرَاهُ مُصْفَرًّا ثُمَّ يَكُونُ حُطَامًا وَفِي الآخِرَةِ عَذَابٌ شَدِيدٌ وَمَغْفِرَةٌ مِّنَ اللَّهِ وَرِضْوَانٌ وَمَا الْحَيَاةُ الدُّنْيَا إِلاَّ مَتَاعُ الْغُرُورِ (٢٠)﴾ ﴿سورة الحديد﴾

﴿الْمَالُ وَالْبَنُونَ زِينَةُ الْحَيَاةِ الدُّنْيَا وَالْبَاقِيَاتُ الصَّالِحَاتُ خَيْرٌ عِندَ رَبِّكَ ثَوَابًا وَخَيْرٌ أَمَلاً (٤٦)﴾ ﴿سورة الكهف﴾

﴿قُلْ إِنَّ رَبِّي يَبْسُطُ الرِّزْقَ لِمَن يَشَاءُ وَيَقْدِرُ وَلَكِنَّ أَكْثَرَ النَّاسِ لا يَعْلَمُونَ (٣٦) وَمَا أَمْوَالُكُمْ وَلا أَوْلادُكُم بِالَّتِي تُقَرِّبُكُمْ عِندَنَا زُلْفَىٰ إِلاَّ مَنْ آمَنَ وَعَمِلَ صَالِحًا فَأُوْلَئِكَ لَهُمْ جَزَاءُ الضِّعْفِ بِمَا عَمِلُوا وَهُمْ فِي الْغُرُفَاتِ آمِنُونَ (٣٧) وَالَّذِينَ يَسْعَوْنَ فِي آيَاتِنَا مُعَاجِزِينَ أُوْلَئِكَ فِي الْعَذَابِ مُحْضَرُونَ (٣٨) قُلْ إِنَّ رَبِّي يَبْسُطُ الرِّزْقَ لِمَن يَشَاءُ مِنْ عِبَادِهِ وَيَقْدِرُ لَهُ وَمَا أَنفَقْتُم مِّن شَيْءٍ فَهُوَ يُخْلِفُهُ وَهُوَ خَيْرُ الرَّازِقِينَ (٣٩)﴾ ﴿سورة سبأ﴾

مختصر محتويات الكتاب

مقدمة ....
فصل تمهيدى : مفاهيم أولية فى الاقتصاد ١٥
الباب الأول : علم الاقتصاد والمشكلة الاقتصادية ٣٣
الفصل الأول : المشكلة الاقتصادية : الاختيار والتخصيص ٣٧
الفصل الثانى : النظام الاقتصادى ومواجهة المشكلة الاقتصادية ٥٧
الباب الثانى : آلية السوق الحر ٦٧
الفصل لثالث : تحليل الطلب والعرض ٧٣
الفصل الرابع : مرونات الطلب والعرض ٩٧
الفصل الخامس : توازن السوق ١١٩
الباب الثالث : سلوك المستهلك فى إطار قواعد السوق الحر ١٣٥
الفصل السادس : تحليل المنفعة وتفسير سلوك المستهلك ١٤١
الفصل السابع : منحنيات السواء وتفسير سلوك المستهلك ١٥٥
الباب الرابع : سلوك المنتج فى إطار قواعد السوق الحر ١٧٧
الفصل الثامن : تحليل علاقات الإنتاج فى المنشأة ١٨١
الفصل التاسع : تحليل تكاليف الإنتاج فى المنشأة ٢٠٥
الباب الخامس : قرارات تحديد السعر والناتج والربحية للمنشأة ٢٢٩
الفصل العاشر : قرارات تحديد السعر والناتج
والربحية للمنشأة في سوق المنافسه الكاملة ٢٣٣
الفصل الحادي عشر : قرارات تحديد السعر والناتج
والربحية للمنشأة في سوق الاحتكار التام ٢٦١
الفصل الثاني عشر : قرارات تحديد السعر والناتج
والربحية للمنشأة في سوق منافسة القلة ٢٨٧
الفصل الثالث عشر : قرارات تحديد السعر والناتج
والربحية للمنشأة في سوق المنافسة الاحتكارية ٣٠٥
المراجـــــع ٣١٥
فهرست المحتويات ٣١٧

مقدمة

يعبر الاقتصاد عن الوسيلة التي تستخدمها مجموعة من البشر لتوفر لنفسها مستويات مناسبة ، وربما متزايدة ، من الرفاهية المادية والاجتماعية. ويشير الاقتصاد أحياناً إلي حجم وهيكل النشاط الاقتصادي داخل مجتمع معين محدد بحدود دولية، مثل الاقتصاد الأمريكي أو الاقتصاد الياباني أو الاقتصاد المصري، ... إلخ. ومع ذلك نتحدث أحياناً عن الاقتصاد العالمي ، أو اقتصاد إقليمي مثل اقتصاد منطقة معينة كاقتصاد إقليم الشرق الأوسط، أو اقتصاد إقليم جنوب شرق أسيا، ... إلخ. وأحياناً ما يتطرق التحليل إلى اقتصاد مجتمع محلى معين مثل اقتصاد إقليم قناة السويس، اقتصاد إقليم جنوب الصعيد، اقتصاد محافظة الشرقية ، أو اقتصاد مدينة الزقازيق،....إلخ.

ويلعب كل الأفراد دورين متميزين في الاقتصاد، الأول كمنتجين والثاني كمستهلكين. وعند إدارة الاقتصاد يتخذ المجتمع قرارات حيوية تتعلق بالسلع والخدمات، تشمل تحديد مقدار وزمان ومكان إنتاج هذه الخدمات، والوسائل التي يتحقق بها ذلك . ويتخذ أيضاً قرارات جوهرية بشأن توزيع هذه السلع والخدمات، ومن الذين سيتاح لهم الوصول إليها وشروط ذلك. وفي الاقتصاد السوقي تنتج هذه القررات من التفاعلات التلقائية بين المنتجين والمستهلكين من خلال "مؤسسات السوق" ، وعادة ما تكون هذه القرارات مصحوبة بدرجات متفاوتة من الإشراف والتنظيم العام من خلال "مؤسسات حكومية" مختلفة الأنواع.

يُعد علم الاقتصاد من العلوم الاجتماعية القديمة نسبياً، فقد نشر "أدم سميث" أول مرجع متكامل فى علم الاقتصاد في عام ١٧٧٦ بعنوان :
"An Inquiry into the Nature and Causes of the Wealth of Nations"

وذاعت شهرة هذا الكتاب تحت عنوان : "ثروة الأمم" Welath of Nations ، وقد كان هذا الكتاب اللبنة الأولى فى بناء علم الاقتصاد، وحتى اليوم يشار إلى "أدم سميث" بأبو الاقتصاديين. ومنذ ذلك التاريخ ظهرت إسهامات عديدة لاقتصاديين مرموقين بلورت مبادئ ونظريات علم الاقتصاد بحيث أصبح له فروعاً عديدة تبحث فى جميع مجالات النشاط الاقتصادى التى عرفتها البشرية.

وقد استقر الاقتصاديون علي تعريف علم الاقتصاد بأنه العلم الذي يبحث في كيفية حل المشكلة الاقتصادية سواء علي مستوي الفرد أو مستوي المجتمع، فإذا نظر الفرد إلى حياته اليومية يجد فيها مشكلات اقتصادية عديدة تواجهه، فهو يواجه مشكلات ارتفاع أسعار السلع والخدمات، ومشكلات عدم كفاية دخله المحدود لاحتياجاته المتعددة، ومشكلات نقص المعروض من سلع معينة في السوق أو اختفائها في أوقات معينة، ويواجه مشكلات تقادم سلع في حوزته بظهور سلعاً جديدة، ومشكلات العمل لعدد أكبر من الساعات على حساب وقت فراغه، ومشكلات فقدانه لفرصة عمل كانت متاحة له، وكذلك مشكلات عدم تمكن أبنائه من الحصول على فرصة عمل، ومشكلات ارتفاع معدلات الضرائب المفروضة على أنشطة أو موارد تولد له دخله النقدى،.... وغير ذلك من المشكلات التى لو عددها الفرد لظهرت بها قائمة طويلة.

ولاشك أن تلك المشكلات المشار إليها تؤثر فى حياة الفرد والأسرة والمجتمع والاقتصاد القومى ككل، ومن ثم تظهر أهمية علم الاقتصاد لأنه يتولى تفسير تلك المشكلات ويبحث فى مسبباتها من خلال نظريات اقتصادية تساعد فى تقديم حلول لتلك المشكلات. ومن هنا يساعد علم الاقتصاد الفرد

والمجتمع على اتخاذ قرارات رشيدة تُمكنه من استغلال موارده المحدودة للوصول إلى أقصى إشباع ممكن لاحتياجاته المتعددة.

وإذا نظرنا حولنا فى الوقت الحاضر سنلاحظ أن قرارات سياسية استراتيجية على المستوى العالمى تحركها أهدافاً اقتصادية بالأساس، فليس ما يصاغ من قرارات سياسية حول العراق بصفة خاصة والشرق الأوسط بصفة عامة ببعيد عن ذلك، وليس ما يحدث من صراعات النفوذ فى وسط آسيا ببعيد عن ذلك،وليس ما يدور فى أفريقيا ببعيد عن ذلك، بل وأن العلاقات الاقتصادية بين الدول المتقدمة تدور فى فلك المصالح السياسية لتلك الدول، ولعل ذلك يظهر جلياً فى العلاقات الدولية بين القوى الاقتصادية الكبرى (اليابان وأوروبا والولايات المتحدة الأمريكية).

وإذا أضفنا إلى ذلك أن جميع البرامج السياسية للأحزاب والأنظمة الحاكمة أو المتنافسة على الحكم تُبنى على أهداف اقتصادية تمس مصالح الناخبين بصورة مباشرة أو غير مباشرة. وهذا يعطى علم الاقتصاد بُعداً كبيراً من الأهمية إذ أنه أصبح عنصراً حاكماً فى الحياة اليومية المعيشية الخاصة لأفراد أى مجتمع وبنفس الدرجة أصبح عنصر حاكماً بل وصانعاً للقرارات السياسية بمستوياتها القومية والإقليمية والعالمية.

وإذا كان علم الاقتصاد على ذلك القدر من الأهمية بالنسبة لأفراد المجتمع عامة، فيكون من الضرورى إلمام الطلاب والدارسين بكليات التجارة بمبادئ علم الاقتصاد، حيث سيساعدهم ذلك على تفهم العلوم التجارية الأخرى التى تمثل متطلبات تكوينهم الأكاديمي، وترسم مسارهم الوظيفي في المستقبل.

ويعتبر علم الاقتصاد من العلوم ذات التنوع الكبير، حيث تم تطبيق

النظريات والقواعد الاقتصادية الجزئية **Microeconomic theories** والكلية **Macroeconomic theories** على جميع فروع وأوجه النشاط الاقتصادى المختلفة داخل الاقتصاد القومى بما يربطها من تشابكات محلية وتشابكات خارجية، سواء تم تحليل ودراسة تلك الأنشطة فى إطارها الحقيقى أو المادى، أو تم تحليلها و دراستها فى إطارها النقدى. فقد أصبحت هناك فروع عديدة لعلم الاقتصاد لها نظرياتها المستقرة، منها : اقتصاديات النقود والبنوك، واقتصاديات التجارة الخارجية، واقتصاديات المالية العامة، واقتصاديات التنمية، والتخطيط الاقتصادى، والاقتصاد الزراعى، واقتصاديات الصناعة، واقتصاديات النقل، والاقتصادالاجتماعى، واقتصاديات الموارد الاقتصادية، والتاريخ الاقتصادى، واقتصاديات التعليم، واقتصاديات الصحة، واقتصاديات الطاقة، واقتصاديات الترفيه، واقتصاديات الرياضة، واقتصاديات السياحة،.... وغيرها من الفروع. بالإضافة إلى فروع عديدة تناولت تعميق تحليل المشاكل الاقتصادية، سواء ما يتعلق منها باقتصاديات التضخم، واقتصاديات البطالة والركود الاقتصادى، واقتصاديات البيئة، واقتصاديات الجريمة، .... وغيرها من المشاكل والقضايا الاقتصادية المتجددة والمستحدثة. وفضلاً عن ذلك يتناول علم الاقتصاد دراسة وتحليل تأثير الصياغات المتجددة للعلاقات الاقتصادية الدولية علي الاقتصاديات المحلية وعلي مجمل الاقتصاد العالمي، سواء فيما يتعلق بالمنظمات الاقتصادية الدولية، والتكتلات الاقتصادية الدولية، والعولمة الاقتصادية. وإن كانت تلك الموضوعات تدخل في نطاق أحد فروع علم الاقتصاد، وهو الاقتصاد الدولي، والذي يتسع لدراسة وتحليل التجارة الدولية بالإضافة لتلك الموضوعات. ويمكن القول بأن كل فرع من فروع علم الاقتصاد والمشار إليها سلفاً يمثل مجالاً مستقلاً من مجالات الاقتصاد التطبيقي ***Applied Economics***.

وعند تقديم مرجع في علم الاقتصاد يتناول النظريات الاقتصادية ، سيكون أمامنا ثلاثة مستويات من الدارسين الذين سيتم إعداد هذا المرجع لهم، فإما أنهم دارسين لأول مرة لعلم الاقتصاد ، وبالتالي سيكون المرجع عبارة عن مبادئ ***Principles*** في الاقتصاد ، يتناول أساسيات هذا العلم دون التعمق في التحليل واستخدام الأدوات المتقدمة ، وستعتمد أساليب التحليل على التحليل النظري والتحليل البياني البسيط وإذا تطلب الأمر استخدام بعض المعادلات الرياضية البسيطة . وإذا كان الدارسين سبق لهم التعرف علي مبادئ علم الاقتصاد ، فسيتم إعداد مرجع علي مستوي متقدم نوعاً ما وسيكون مستوى التحليل متوسط ***Intermediate*** ، وبالتالى سيكون المرجع عبارة عن تحليل أكثر عمقاً ويعتمد العرض علي استخدام أساليب التحليل الرياضية بالإضافة إلي أساليب التحليل البيانية . وعادة يكون تقديم مرجع من المستويين الأول والثاني موجهاً إلي الدارسين في المراحل الجامعية الأولي ***Under Graduate*** (البكالوريوس والليسانس) . أما إذا كان الدارسين في مرحلة الدراسات العليا (الماجستير والدكتوراه) ***Graduate*** ، وكذلك الـ ***Post Graduate*** ، فسيتم إعداد المرجع علي أساس مستوي تحليل متقدم ***Advanced*** يتناول التفصيلات الدقيقة للتحليل ويعرض النظريات المتطورة ويعتمد علي أساليب تحليل أكثر تعقيداً يكون أساسها الرياضيات المتقدمة والأساليب الإحصائية والإقتياسية المتقدمة.

إن تقديم مرجع فى مبادئ علم الاقتصاد لابد وأن يتناول موضوعات عديدة تساعد على فهم الظواهر الاقتصادية بمستوياتها الكلية أو الجمعية وبمستوياتها الجزئية أو الوحدية. وقد تم إعداد هذا الكتاب ليساعد الطلاب والدارسين للاقتصاد لأول مرة ، ولذلك فسيكون التحليل علي قدر من التبسيط مع الابتعاد قدر الإمكان عن الأساليب الرياضية وأساليب التحليل المتقدمة.

وسيتم في هذا الكتاب عرض "مبادئ الاقتصاد الوحدي" ، من خلال ثلاثة عشرة فصلاً متصلة الترقيم. بينما سيتم عرض موضوعات "مبادئ الاقتصادي التجميعي" في كتاب آخر مستقل.

سيتم تقسيم فصول الكتاب إلى فى **خمسة** أبواب رئيسية، يسبقهم فصل تمهيدى. يتناول **الباب الأول** دراسة العلاقة بين علم الاقتصاد والمشكلة الاقتصادية، وسيتم ذلك من خلال فصلين ، يتناول الفصل **الأول** عرض وتحليل المشكلة الاقتصادية مع إبراز قرارات الاختيار والتخصيص من خلال منحنيات إمكانيات الإنتاج ، ويتناول الفصل الثانى عرض وتحليل النظام الاقتصادى وكيفية مواجهة المشكلة الاقتصادية من خلال عرض وتحليل الوظائف المختلفة للنظام الاقتصادى . ويتناول **الباب الثانى** آلية السوق الحر، وذلك من خلال ثلاث فصول، يتناول الفصل الأول (الثالث) تحليل العرض والطلب، ويتناول الفصل الثانى (الرابع) دراسة مرونات الطلب والعرض، وسيتم فى الفصل الثالث (الخامس) تحليل توازن السوق. ويتناول **الباب الثالث** تحليل سلوك المستهلك فى إطار قواعد السوق، وذلك من خلال فصلين ، يتناول الفصل الأول (السادس) تحليل المنفعة وتفسير سلوك المستهلك ، ويتناول الفصل الثانى (السابع) عرض وتحليل منحنيات السواء كأسلوب لتفسير سلوك المستهلك . ويتناول **الباب الرابع** عرض وتحليل سلوك المنتج فى إطار قواعد السوق الحر، وذلك من خلال فصلين ، يتناول الفصل الأول (الثامن) تحليل علاقات الإنتاج فى المنشأة فى الأجلين القصير والطويل، ويتناول الفصل الثانى (التاسع) تحليل تكاليف الإنتاج فى المنشأة فى الأجلين القصير والطويل. ويتناول **الباب الخامس** دراسة وتحليل قرارات تحديد السعر والناتج والربحية للمنشأة ، وذلك من خلال أربعة فصول، يتناول الفصل الأول (العاشر) دراسة وتحليل قرارات تحديد السعر والناتج

والربحية للمنشأة فى سوق المنافسة الكاملة ، ويتناول الفصل الثانى (الحادى عشر) دراسة وتحليل قرارات تحديد السعر والناتج والربحية للمنشأة فى سوق الاحتكار التام، ويتناول الفصل الثالث (الثانى عشر) دراسة وتحليل قرارات تحديد السعر والناتج والربحية للمنشأة فى سوق منافسة القلة ، ويتناول الفصل الرابع (الثالث عشر) دراسة وتحليل قرارات تحديد السعر والناتج والربحية للمنشأة فى سوق المنافسة الاحتكارية.

ونود أن ننبه القارئ إلى أن الترقيم المتبع للجداول والأشكال تم على أساس أن الرقم الأول يشير إلى رقم الجدول أو رقم الشكل، ويشير الرقم الثانى إلى رقم الفصل باعتبار أن لكل فصل أرقام مستقلة، فمثلاً الجدول رقم (٨-٣) يشير إلى الجدول رقم ٨ فى الفصل الثالث. وقد يشتمل الترقيم فى الأشكال على رقم ثالث، إذا كان الشكل مقسماً لعدة أجزاء، فمثلاً الشكل رقم (٧-٥/أ) يشير إلى الجزء أ من الشكل رقم ٧ فى الفصل الخامس.

وأخيراً أدعو الله مخلصاً أن أكون قد وفقت فى عرض موضوع هذا الكتاب دون إخلال، مؤمناً بأن الكمال لله وحده، وأتمنى أن يكون هذا الكتاب إسهاماً فى دفع مسيرة التنمية الاقتصادية لوطنى العزيز مصر ووطنى العربى الكبير.

المؤلف

فصل تمهيدى
مفاهيم أولية فى الاقتصاد

يهدف علم الاقتصاد إلى تفسير الظواهر الاقتصادية التى تواجه الفرد والمجتمع، ولا يقتصر دور علم الاقتصاد عند هذا الحد بل يتخطى ذلك إلى دور أبعد يتمثل فى التأثير فى سلوك تلك الظواهر الاقتصادية بما يحقق أهداف الفرد والمجتمع. ويرتبط الدور التفسيرى لعلم الاقتصاد بالنظريات الاقتصادية التى أمكن التوصل إليها وما يستجد من نظريات تفسر سلوك الظواهر الاقتصادية المختلفة . بينما يرتبط الدور التأثيرى لعلم الاقتصاد بالسياسات الاقتصادية التى يمكن صياغتها للتأثير فى مسار الظواهر الاقتصادية المختلفة . ولذلك يجب ألا تقتصر دراسة علم الاقتصاد عند حدود النظريات الاقتصادية ، بل يجب أن تتناول كذلك السياسات الاقتصادية.

١ : النظرية الاقتصادية :

يتكون علم الاقتصاد كأى علم من العلوم من مجموعة من النظريات تفسر الظواهر والعلاقات الاقتصادية التى تحكم السلوك الإنسانى بصفته الفردية والجماعية فى تعامله مع مشكلاته الاقتصادية المختلفة ، وقد يكون من المفيد تعريف الدارس المبتدئ لعلم الاقتصاد بالكيفية التى تم بها التوصل إلى نظريات هذا العلم.

تهدف النظريات المكونة لعلم الاقتصاد إلى محاولة تفسير سبب حدوث الظواهر الاقتصادية ، وقد يتطلب الوصول إلى النظرية وضع مجموعة من الافتراضات، فالنظرية الاقتصادية عبارة عن افتراض ثبتت صحته بالاختبار العملى فى تفسير ظاهرة اقتصادية معينة ، فمثلاً عندما يقال أن "زيادة الطلب على سلعة معينة يؤدى إلى ارتفاع سعر هذه السلعة"، فإن ذلك يمثل نظرية اثبتت التجربة صحتها. ومن المعروف أن الافتراض لايُقبل على أنه

نظرية إلا بعد أن يتم اختباره عن طريق البحث فى مدى صحة فروضه، وأيضاً عن طريق البحث فى مدى قدرته على التنبؤ وعلى تفسير الظواهر التى يرمى إلى تفسيرها.

والنظريات الاقتصادية هى مجموعة من التعريفات التى توضح الصورة التى تتم بها الظواهر الاقتصادية ، خاصة إذا كانت تلك الصورة مكررة الحدوث ، وبالتالى تتصف بالتعميم ، وتعد النظرية الاقتصادية صياغة محكمة للعلاقات الاقتصادية بين ظاهرة اقتصادية والعوامل المفسرة لتلك الظاهرة .

وطالما أن النظرية الاقتصادية تهتم بتفسير تصرفات الإنسان كأفراد أو كجماعات فى تفاعله مع البيئة المحيطة به لإشباع الحاجات والرغبات الاجتماعية والفردية ، لذلك فإنه على قدر مستوى تعقيد تفكير وتصرفات الإنسان يأتى مستوى تعقيد الظواهر والعلاقات الاقتصادية ، ومن ثم يكون من المستحيل تفهم طبيعة هذه الظواهر مجتمعة . ولذلك يكون من الضرورى التبسيط والتجزئة ،، ومن ثم فإنه سواء على مستوى التحليل الاقتصادى الجزئى أو التحليل الاقتصادى الكلى عادة ما يلجأ الاقتصاديون إلى افتراض ثبات العوامل الأخرى Other things being equal. وهى تقابل العبارة اللاتينية Ceteris Paribus . وذلك لأن معظم المتغيرات الاقتصادية تتأثر بعدة محددات فمثلاً يتأثر الطلب على السلعة بالدخل النقدى للمستهلكين وعدد المستهلكين وأسعار السلع الأخرى وتوقعات الدخل وتوقعات الأسعار وأذواق المستهلكين . فعندما يقوم الاقتصادى بتحليل تأثير الدخل النقدى على الطلب سيفترض ثبات تأثيرات المحددات الأخرى. وهذا الافتراض يجعل التحليل الاقتصادى أقرب للتجارب المعملية فهو وسيلة الاقتصادى لعزل التأثيرات على المتغيرات الاقتصادية وإخضاعها للتحليل كلٍ على حدة .

وإجمالاً يمكن القول بأن هدف النظرية الاقتصادية هو اكتشاف القوانين الاقتصادية التى تؤدى إلى الاستخدام الرشيد للموارد الاقتصادية المحدودة (النادرة) بحيث يحقق الأفراد أقصى إشباع ممكن لاحتياجاتهم ويحقق المجتمع ككل أقصى رفاهية ممكنة . و يمثل التحليل الاقتصادى المنهج العلمى للبحث الاقتصادى الذى يتيح أدوات وأساليب عديدة تساعد الاقتصادى فى استنتاج قوانين وقواعد النظرية الاقتصادية .

٢: السياسة الاقتصادية :

يقصد بالسياسة الاقتصادية مجموعة "الإجراءات" التى تتخذها الحكومة من أجل تحقيق أهداف اقتصادية معينة ، ومن الأهداف العامة للسياسة الاقتصادية والتى تلاقى قبولاً وانتشاراً فى العديد من المجتمعات الأهداف التالية :

١) النمو الاقتصادى Economic Growth:

يكون هدف السياسة الاقتصادية هنا الإسراع بمعدلات النمو للوصول إلى مستويات أعلى للمعيشة بإنتاج المزيد من السلع والخدمات وتحسين جودة المنتج منها.

٢) التوظف الكامل Full Employment:

يكون هدف السياسة الاقتصادية هنا توفير فرص العمل المناسبة لكل من يرغب ويقدر على أداء العمل.

٣) الاستقرار السعرى Price Stability:

يكون هدف السياسة الاقتصادية هنا تجنب التقلبات الكبيرة فى المستوى العام للأسعار أى حماية الاقتصاد القومى من التضخم أو الانكماش.

٤) الحرية الاقتصادية Economic Freedom:

يكون هدف السياسة الاقتصادية هنا توفير درجة من الحرية للمنشآت الإنتاجية وأصحاب الموارد والمستهلكين كى تعينهم على حسن الأداء

وزيادة أنصبتهم الاقتصادية وتحسين الجودة وتطوير الحياة كماً وكيفاً.
ولقد أصبح هذا الهدف شائعاً فى الوقت الحاضر تحت مسمى تشجيع المنافسة ومنع الاحتكار.

٥) الحد من التفاوت فى توزيع الدخل القومى:
يكون هدف السياسة الاقتصادية هنا ضمان قدر من العدالة فى توزيع الدخل لتحقيق الكفاءة فى الإنتاج عن طريق حسن استغلال الموارد الاقتصادية والعدالة فى التوزيع بالقضاء على الفوارق الكبيرة بين طبقات المجتمع المختلفة.

٦) الأمن الاقتصادى Economic Security :
يكون هدف السياسة الاقتصادية هنا ضمان حد أدنى من المعيشة للعجزة والأرامل والأيتام والمسنين، وكل فرد من المواطنين لايستطيع أن يعول نفسه لسبب خارج عن إردته.

وتشتمل السياسات الاقتصادية على عدة سياسات فرعية ، تتمثل فى:-

١) السياسة النقدية : وهى تعمل على تحقيق الأهداف الاقتصادية من خلال التأثير فى عرض النقود وأسعار الفائدة السائدة فى المجتمع.
٢) السياسة المالية : وهى تعمل على تحقيق الأهداف الاقتصادية من خلال التأثير على بنود الموازنة العامة للدولة سواء تلك البنود فى جانب الإيرادات أو تلك البنود فى جانب منفقات.
٣) السياسة التجارية : وهى تتعلق بالتجارة الخارجية للدولة وكيفية تنظيمها.
٤) السياسة السعرية : وهى تتعلق بكيفية تحديد الأسعار داخل الاقتصاد القومى.
٥) سياسة الأجور : وهى تتعلق بتنظيم سوق العمل من خلال التأثير فى معدلات الأجور.

وبالرغم من أن النظريات الاقتصادية تعد نقطة البداية عند صنع وصياغة السياسات الاقتصادية ، إلا أن هناك فروقاً ملموسة بين النظرية الاقتصادية والسياسات الاقتصادية ، فالنظرية الاقتصادية تُعنى بتفهم الظواهر الاقتصادية ، ومحاولة وضع التفسير المقبول لها، وعند هذا الحد ينتهى الدور العلمى للاقتصادى، حيث يتطلب الوصول إلى النظرية وصياغتها قواعد علمية محددة ومنهج علمى محدد يسلكه الاقتصادى معتمداً على الحقائق والمعلومات. بينما تُعنى السياسة الاقتصادية بالإجراءات التى تتبعها الحكومة من أجل تحقيق أهداف اقتصادية معينة ، وهنا يظهر الدور التطبيقى للاقتصادى كصانع سياسة ، وهو فى ذلك لايتعامل مع الحقائق فقط ولكنه ينظر إلى القيم والتى تعتمد على التقدير الشخصى وآراء متخذ القرار الاقتصادى حول ما هو مرغوب وما هو غير مرغوب.

٣ :أنواع التحليل الاقتصادى:

كما أشرنا سابقاً فإن التحليل الاقتصادى يمثل المنهج العلمى للبحث الاقتصادى، والذى يتيح أدوات وأساليب عديدة تساعد الاقتصادى فى استنتاج قوانين وقواعد النظرية الاقتصادية ، ويساعد التحليل الاقتصادى فى إثبات صحة أو خطأ افتراضات معينة تتعلق بسلوك الظواهر الاقتصادية، وفى هذا الإطار توجد أنواع عديدة من التحليل الاقتصادى، يتعامل بعضها مع مستويات التجميع للمتغيرات الاقتصادية ، ويتعامل بعضها مع أسلوب الصياغة للعلاقات بين المتغيرات الاقتصادية ، ويتعامل بعضها مع إمكانية ربط سلوك المتغيرات الاقتصادية مع الزمن، وسوف يتم تناول تلك الأنواع المختلفة للتحليل الاقتصادى تفصيلياً على النحو التالى:

٣-١ :أنواع التحليل الاقتصادى وفقاً لمستوى التجميع للمتغيرات الاقتصادية:

يمكن تقسيم التحليل الاقتصادى وفقاً لمستوى النشاط الاقتصادى الذى يشمله التحليل إلى ثلاث مستويات من التحليل، تتمثل فى الأتى :

١) التحليل الاقتصادى الوحدى (الجزئى) :

يهتم التحليل الاقتصادى الجزئى (الوحدى) Microeconomics بتحليل سلوك الوحدات الاقتصادية المكونة للاقتصاد القومى، ومن ثم فهو يهتم بدراسة وتحليل سلوك الوحدات الاستهلاكية والتى تتمثل فى المستهلك الفرد أو العائلة ، ويهتم بدراسة سلوك الوحدات الإنتاجية المنتجة للسلع أو الخدمات، مهما كانت الصورة القانونية لتلك الوحدة الإنتاجية سواء كانت منتج فردى أو منشأة تأخذ شكل شركة تضامنية أو منشأة تأخذ شكل شركة مساهمة ، حيث لاتختلف طبيعة العملية الإنتاجية فى أى منهما وإن اختلف حجم العملية الإنتاجية نفسها. ويهتم بتحليل سوق سلعة أو خدمة معينة ، ويهتم كذلك بتحليل السلوك الفردى للوحدة من أصحاب الموارد فى عرض مواردهم ، وتحليل سلوك الوحدة الإنتاجية فى طلب الموارد الاقتصادية . ومن الأهداف الأساسية للتحليل الاقتصادى الوحدى الإجابه على التساولات التالية:[١]

- ما هى العوامل المحددة لأسعار السلع المختلفة ؟
- كيف تتحدد طريقة توزيع الفرد لدخله بين السلع والخدمات المختلفة؟
- كيف يتحدد مستوى الإنتاج من سلعة معينة ؟
- كيف يتحدد حجم وعدد المنشآت فى صناعة معينة ؟
- كيف يتحدد عائد كل مورد من الموارد الاقتصادية ؟

٢) التحليل الاقتصادى الكلى (التجميعى) :

يهتم التحليل الاقتصادى الكلى (التجميعى) Macroeconomics بدراسة وتحليل الاقتصاد القومى فى مجموعة أو القطاعات الكلية المكونة له مثل القطاع العائلى أو قطاع الأعمال أو القطاع الحكومى أو قطاع العالم الخارجى، وكذلك فهو يهتم بتحليل هيكل الاقتصاد القومى، ومن ثم فإن

---

(١) محمد سلطان أبوعلي وهناء خيرالدين، ***الأسعار وتخصيص*** الموارد (القاهرة: المؤلفان، ١٩٩١) ص١٧.

التحليل الكلى يهتم بدراسة وتحليل المتغيرات الاقتصادية الكلية مثل الناتج القومى والمتغيرات المكونة له المتمثلة فى الاستهلاك الكلى والادخار الكلى والاستثمار الكلى والإنفاق الحكومى والصادرات والواردات. وكذلك فهو يهتم بمستوى التوظف الكلى فى الاقتصاد القومى وما يرتبط به من تحليل لمعدلات البطالة وتحليل مسبباتها، وكذلك دراسة وتحليل التضخم ومسبباته ، وغير ذلك من المشكلات الاقتصادية الكلية التى يعانى منها الاقتصادى القومى.

خرافة التجميع :

إن محاولة تطبيق القواعد والنظريات الاقتصادية التى يتم الخروج بها من التحليل الاقتصادى الجزئى على الاقتصاد القومى ككل يُظهر ما يمكن أن نطلق عليه خرافة التجميع Fallacy of Composition حيث أن ما يصح على الفرد أو الوحدة الاقتصادية ليس بالضرورة أن يكون صحيحاً بالنسبة للاقتصاد القومى ككل. ومن ثم يكون من الضرورى التفرقة بين مستويين من التحليل كما أشرنا التحليل الاقتصادى على المستوى الجزئى أو الوحدى والتحليل الاقتصادى على المستوى الكلى أو التجميعى لأن كل منهما لايصح ولايصلح للتطبيق على المجال الذى يشمله المستوى الآخر.

٣) تحليل الأنشطة الاقتصادية :

يعتبر تحليل الأنشطة الاقتصادية Activity Analysis مستوى متوسط ما بين التحليل الاقتصادى الجزئى والتحليل الاقتصادى الكلى. وبمقتضاه يتم تجميع مجموعة من الوحدات الاقتصادية الفردية فى متغير قومى واحد ، ويكون التجميع على مستوى النشاط الإنتاجى مثل النشاط الصناعى أو النشاط الزراعى أو الخدمات. وقد ساعد هذا النوع من التحليل على ظهور العديد من فروع علم الاقتصاد ، ويهتم كلٍ منها بنشاط معين، ويطلق عليها فروع الاقتصاد التطبيقى ومنها "الاقتصاد الصناعى" و"الاقتصاد الزراعى"

و"اقتصاديات التعليم" و"اقتصاديات الصحة والخدمات الصحية" و"اقتصاديات الطاقة" .... وغيرها.

ويدخل فى إطار تحليل الأنشطة إمكانية دراسة التشابك الاقتصادى بين القطاعات والأنشطة الاقتصادية المختلفة المكونة للاقتصاد القومى ، وهو ما يطلق عليه تحليل المدخلات والمخرجات Input-output analysis أو ما يطلق عليه اختصاراً تحليل I/O .

٢-٣ : أنواع التحليل الاقتصادى وفقاً لأسلوب صياغة العلاقات الاقتصادية :

يمكن تقسيم التحليل الاقتصادى وفقاً لهذا المعيار إلى ثلاثة أنواع هى:

١) التحليل الوصفى:

ينطوى هذا الأسلوب من التحليل الاقتصادى على تحليل الظواهر الاقتصادية بطريقة وصفية لفظية ، فمثلاً يمكن القول بأن "هناك علاقة عكسية بين تغير السعر والكمية المطلوبة من السلع العادية" .... ، وقد يفيد استخدام الأشكال البيانية التقريبية فى التعبير عن تلك العلاقات.

وقد تنطوى الصياغة الوصفية للعلاقات الاقتصادية على أخطاء التعارض المنطقى، ومن ثم فقد يضيق التحليل الوصفى عن شمول عدد كبير من المتغيرات الاقتصادية ، وبرغم ذلك فإن هذا النوع من التحليل يكون مفيداً فى تحليل العلاقات الاقتصادية التى يصعب صياغتها فى صورة كمية.

٢) التحليل الرياضى:

يعتمد هذا النوع من التحليل الاقتصادى على تحليل الظواهر والعلاقات الاقتصادية فى إطار نموذج رياضى يشتمل على مجموعة من العلاقات الدالية البسيطة أو المعقدة ، ويتميز التحليل الرياضى بإمكان شمول عدد كبير من المتغيرات الاقتصادية فى وقت واحد، وكذلك فإن التحليل الرياضى يجعل االتحليل الاقتصادى أكثر دقة.

وقد شاع استخدام الصياغة الرياضية الجبرية للعلاقات الاقتصادية سواء على مستوى التحليل الاقتصادى الجزئى أو التحليل الاقتصادى الكلى حتى أصبح التحليل الرياضى يكون فرعاً من فروع علم الاقتصاد يطلق عليه "الاقتصاد الرياضى " Mathematical Economics .

وتجدر الإشارة إلى أن الصياغة الرياضية للتحليل الاقتصادى لاتعنى أن النتائج التى تم التوصل إليها يمكن ترجمتها إلى صياغة لفظية ، ولذلك يجب تفادى استخدام الصياغة الرياضية للعلاقات الاقتصادية من أجل الرياضيات فقط، بل يجب أن يكون وراءها هدفاً تحليلياً ، ويجب أن تكون النتائج التى تم التوصل إليها قابلة للتفسير فى صياغة لفظية ، وأن يكون لتلك النتائج مدلول اقتصادى واضح.

ويلاحظ أن الاقتصاد الرياضى يتيح إمكانية إجراء التحليل الاقتصادى الساكن وكذلك التحليل الاقتصادى الساكن المقارن، ولكنه لايتيح إمكانية التنبؤ بقيم المتغيرات الاقتصادية فى المستقبل.

٣) التحليل الاقتصادى القياسى:

يعتمد هذا النوع من التحليل الاقتصادى على تحليل الظواهر والعلاقات الاقتصادية فى إطار نموذج قياسى، ويعتمد هذا النوع من التحليل على أدوات الإحصاء بجانب أدوات الرياضيات لقياس وتقدير العلاقات التى تتضمنها النظريات الاقتصادية .

ولايكون هدف التحليل الاقتصادى القياسى مجرد تحديد العلاقة الدالية بين المتغيرات الاقتصادية كما هو الحال فى الاقتصاد الرياضى ولكنه يهدف إلى محاولة معرفة العلاقة الكمية التى تربط بين المتغيرات الاقتصادية .

وأصبحت أساليب التحليل الاقتصادى القياسى شائعة الاستخدام بين الاقتصاديين فى جميع المجالات الاقتصادية ، سواء فيما يتعلق بالظواهر

والعلاقات الاقتصادية على مستوى التحليل الاقتصادى الجزئى أو مستوى التحليل الاقتصادى الكلى، وأصبحت أساليب التحليل الاقتصادى القياسى تكون فرعاً من فروع علم الاقتصاد يطلق عليه "الاقتصاد القياسى" Econometrics .

وقد ساعد التقدم فى مجال الحاسبات الإلكترونية على إحداث تقدم سريع موازى فى أساليب الاقتصاد القياسى وتطبيقاته. ويتميز الاقتصاد القياسى بإمكانية اختبار النظريات الاقتصادية كمياً، كما يتيح إمكانية التنبؤ بالقيم المستقبلية للمتغيرات الاقتصادية فى إطار علاقاتها المتعددة والمتشابكة وهو ما يساعد كثيراً فى رسم السياسات الاقتصادية.

٣-٣،أنواع التحليل الاقتصادى وفقاً لمعيار الزمن:

عندما يؤخذ الزمن فى الاعتبار يمكن تقسيم التحليل الاقتصادى سواء على مستوى التحليل الجزئى أو التحليل الكلى إلى ثلاثة أنواع رئيسية هى:

١) التحليل الاقتصادى الساكن Static Analysis:

يهتم هذا النوع من التحليل الاقتصادى بتحليل علاقة الظواهر والمتغيرات الاقتصادية دون التعرض لفترة زمنية معينة ، أى دون الإشارة إلى الفترة الزمنية التى يتم فيها التحليل هل هو مرتبط بالفترة الزمنية الجارية أم الفترة الزمنية السابقة أم الفترة الزمنية التالية ، أى أن هذا النوع من التحليل هو تحليل لحظى لايهتم بالمدى الزمنى أو المسار الزمنى الذى يحكم سلوك المتغيرات الاقتصادية .

٢) التحليل الاقتصادى الساكن المقارن Compartalive static Analysis :

يهتم هذا النوع من التحليل الاقتصادى بدراسة علاقات الظواهر والمتغيرات الاقتصادية عند أوضاع توازنية متتالية تعبر عن فترات زمنية متتالية ، ومن ثم فهو يتضمن مقارنة الوضع التوازنى من فترة زمنية لفترة أخرى.

٣) التحليل الاقتصادى الحركى أو الديناميكى Dynamic Analysis:

يتميز التحليل الاقتصادى الحركى أو الديناميكى بأنه يعطى الزمن اهتماماً صريحاً عند بحث العلاقات الاقتصادية المختلفة . ويمكن إدخال عنصر الزمن عند تحليل المتغيرات والظواهر الاقتصادية بطريقتين:

- التحليل الديناميكى المستمر : حيث يتم إدخال الزمن فى العلاقات الاقتصادية بصورة مستمرة ، ويطلق على هذا النوع من التحليل تحليل العمليات Process analysis ، ويتم تحديد العلاقات بين المتغيرات الاقتصادية المختلفة عن طريق حل مجموعة من المعادلات التفاضلية Differential equations .
- التحليل الديناميكى الوثاب : حيث يتم إدخال الزمن فى العلاقات الاقتصادية فى صورة فترات ذات أطوال محددة ، كان تكون أشهر أو سنوات . ويطلق على هذا النوع من التحليل تحليل الفترات Period Analysis ، ويكون الزمن فى هذه الحالة متغيراً وثابتاً. ويتم تحديد العلاقات بين المتغيرات الاقتصادية المختلفة عن طريق حل مجموعة من معادلات الفروق Difference equations .

٤: عرض العلاقات الاقتصادية من خلال الأشكال البيانية[1]:

يمكن التعبير عن النظريات الاقتصادية أو النماذج والعلاقات الاقتصادية بعدة وسائل منها التعبير اللفظى أو التعبير عنها فى صورة جداول رقمية ، أو التعبير عنها فى صورة معادلات رياضية ، أو التعبير عنها فى صورة أشكال بيانية .

(١) تهتم بعض المراجع الأساسية في "مبادئ علم الاقتصاد" بعرض كيفية تصوير الأشكال البيانية للعلاقات الاقتصادية في مقدمة تلك المراجع لتعريف الطالب المبتدئ في دراسة علم الاقتصاد بهذه الوسيلة الأساسية المستخدمة في عرض وتحليل العلاقات الاقتصادية، ومن تلك المراجع :

- Richard G. Lipsey, et al., ***Economics*** (New York: Addison-Wesley, Twelfth edition , 1999).PP.40-48.
- David N. Hyman, ***Ecnomics*** (london; Irwin, Fourth edition, 1997). PP.25-32.

تستخدم الأشكال البيانية فى الاقتصاد لعرض العلاقات الاقتصادية التى تربط متغيرين أو أكثر من المتغيرات الاقتصادية ، ومن ثم فهى وسيلة لتبسيط وتوضيح فهم تلك العلاقات الاقتصادية . وعادة ينقسم الشكل البيانى إلى أربعة أجزاء تنتج عن تقاطع الأحداثى (المحور) الرأسى مع الإحداثى أو المحور الأفقى بزاوية قائمة ، وتمثل نقطة تقاطع الأحداثيين نقطة الأصل وتكون قيمة المتغيرات عندها مساوية للصفر، وذلك كما يتضح من الشكل رقم (١-٠) ففى الجزء (أ) من الشكل البيانى تكون قيم كلٍ من المتغيرين (ص) و (س) قيم موجبة ، بينما فى الجزء (ب) من الشكل تكون قيم المتغير (س) قيم موجبة وتكون قيم المتغير (ص) قيم سالبة ، وفى الجزء (جـ) من الشكل تكون قيم كلٍ من المتغير (ص) و(س) قيم سالبة ، وفى الجزء (د) من الشكل تكون قيم المتغير (ص) قيم موجبة بينما قيم المتغير (س) تكون قيم سالبة).

وسيتم التركيز فى دراسة مبادئ علم الاقتصاد على تلك العلاقات بين متغيرات اقتصادية ذات قيم موجبة ، ومن ثم سيكون الجزء (أ) هو موضوع اهتمامنا الرئيسى عند دراسة مبادئ علم الاقتصاد، ومع تقدم الطالب فى دراسة فروع علم الاقتصاد

شكل رقم (١-٠)
قيم المتغيرات على إحداثيات الشكل البيانى

ص

(د) قيم موجبة للمتغير (س) قيم موجبة للمتغير (ص)

(أ) قيم موجبة للمتغير (ص) قيم موجبة للمتغير (س)

صفر

س — س

(جـ) قيم موجبة للمتغير (ص) قيم سالبة للمتغير (س)

(ب) قيم موجبة للمتغير (س) قيم سالبة للمتغير (ص)

ص

يتطور الاهتمام بالأجزاء الأخرى من الشكل البياني . وعادة ما يتم تمثيل قيم المتغير المستقل على المحور الأفقى ، ويتم تمثيل قيم المتغير التابع على المحور الرأسى[1].

٤-١: طبيعة العلاقات الاقتصادية واختلاف ميل المنحنيات:

تحدد طبيعة العلاقات الاقتصادية بين أى متغيرين شكل المنحنى الذى يعبر عن تلك العلاقة ، فإذا كانت العلاقة بين المتغيرين علاقة طردية يكون ميل المنحنى موجب، ومن ثم يكون المنحنى صاعداً لأعلى. وإذا كانت العلاقة بين المتغيرين علاقة عكسية يكون ميل المنحنى سالب، ومن ثم يكون المنحنى هابطاً لأسفل.

٤-١-١: العلاقات الاقتصادية موجبة الميل:

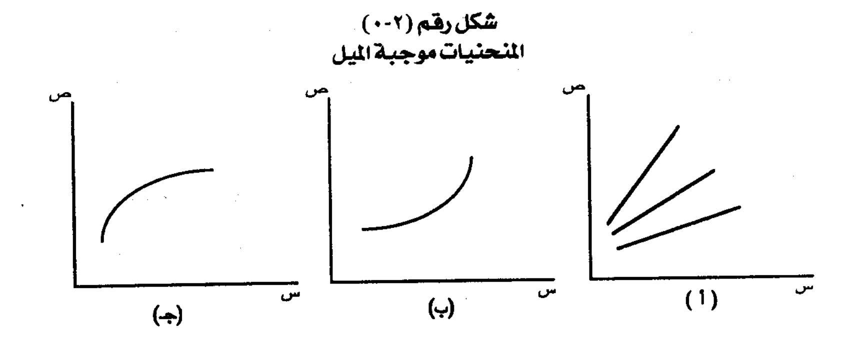
كما ذكرنا فإن العلاقات الاقتصادية بين أى متغيرين تكون موجبة إذا كانت العلاقة بين المتغيرين علاقة طردية ، أى أن زيادة قيم أحد المتغيرين يترتب عليها زيادة قيم المتغير الآخر، وأن تناقص قيم أحد المتغيرين يترتب عليها تناقص قيم المتغير الآخر، ومن ثم يكون المنحنى صاعداً لأعلى.

ويترتب على اختلاف اتجاه قيم الميل تغير شكل المنحنى دون تغير اتجاه المنحنى نفسه، فإذا كانت قيم الميل ثابتة تأخذ العلاقة بين المتغيرين شكل الخط المستقيل ، كما فى الشكل (٢-٠/أ) ، وإذا كانت قيم الميل متزايدة يكون المنحنى محدب لأسفل كما فى الشكل (٢-٠/ب) ، وإذا كانت قيم الميل متناقصة يكون المنحنى مقعر لأسفل كما فى الشكل (٢-٠/جـ) .

---

(١) يشذ من ذلك علاقات العرض والطلب فقط، حيث استقر الاقتصاديون علي تمثيل قيم السعر (كمتغير مستقل) علي المحور الرأسي، وتمثيل قيم الكميات (كمتغير تابع) علي المحور الأفقي.

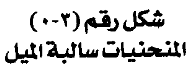
شكل رقم (٢-٠)
المنحنيات موجبة الميل

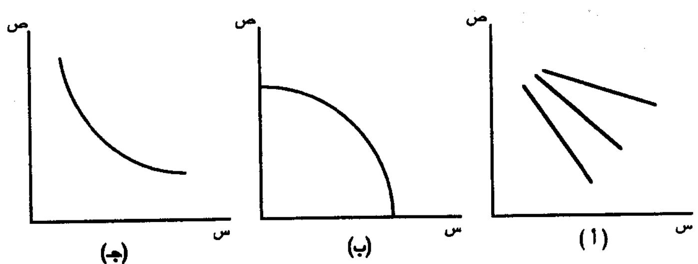


٤-١-٢: العلاقات الاقتصادية سالبة الميل:

كما ذكرنا فإن العلاقات الاقتصادية بين أى متغيرين تكون سالبة الميل إذا كانت العلاقة بين المتغيرين علاقة عكسية ، أى أن زيادة قيم أحد المتغيرين يترتب عليها نقص قيم المتغير الآخر، وأن تناقص قيم أحد المتغيرين يترتب عليها زيادة قيم المتغير الآخر، ومن ثم يكون المنحنى هابطاً من أعلى لأسفل.

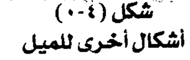
ويترتب على اختلاف اتجاه قيم الميل تغير فى شكل المنحنى دون تغيير اتجاه المنحنى نفسه ، فإذا كانت قيم الميل ثابتة تأخذ العلاقة بين المتغيرين شكل الخط المستقيم ، كما فى الشكل (٣-٠/أ) ، وإذا كانت قيم الميل متزايدة يكون المنحنى مقعر لأسفل، كما فى الشكل (٣-٠/ب)، وإذا كانت قيم الميل متناقصة يكون المنحنى محدب لأسفل، كما فى الشكل (٣-٠/جـ).

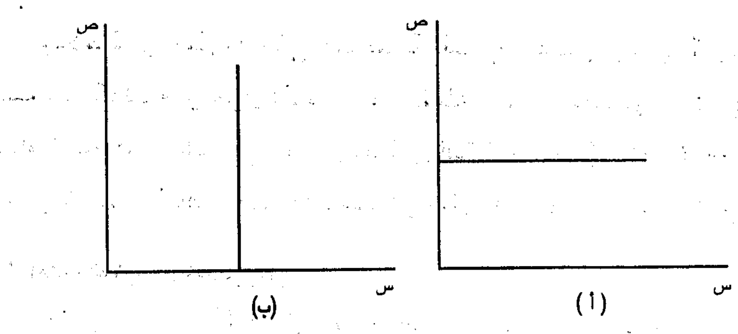

شكل رقم (٣-٠)
المنحنيات سالبة الميل



٤-١-٣: أشكال أخرى للميل:

يأخذ المنحنى شكل خط مستقيم موازى للمحور الأفقى عندما لايحدث أى تغير فى المتغير التابع برغم تغير المتغير المستقل، كما يتضح من الشكل رقم (٤-٠/أ) . ويأخذ المنحنى شكل خط مستقيم موازى للمحور الرأسى عندما يتغير المتغير التابع سواء بالزيادة أو النقص دون أن يحدث أى تغير فى المتغير المستقل، وذلك كما يتضح من الشكل (٤-٠/ب) .

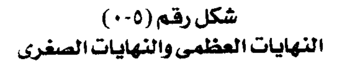

شكل (٤-٠)
أشكال أخرى للميل



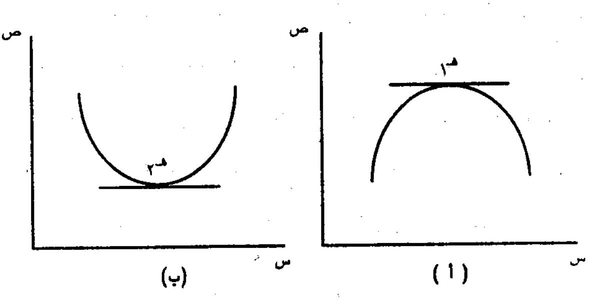
٤-٢: النهايات العظمى والنهايات الصغرى:

عندما يكون هدف سلوك الوحدات الاقتصادية تعظيم قيمة المتغير التابع يكون الهدف هو الوصول إلى أعلى نقطة على المنحنى الذى يوضح العلاقة الاقتصادية بين ذلك المتغير التابع والمتغير المستقل الذى يحركه ، كما يتضح من الشكل (٥-٠/أ) .

وعندما يكون هدف سلوك الوحدات الاقتصادية تدنية أو إقلال قيمة المتغير التابع، يكون الهدف هو الوصول إلى أدنى نقطة على المنحنى الذى يوضح العلاقة الاقتصادية بين ذلك المتغير التابع والمتغير المستقل الذى يحركه ، كما يتضح من الشكل (٥-٠/ب) .



شكل رقم (٥-٠)
النهايات العظمى والنهايات الصغرى



ويلاحظ أن ميل المنحنى عند نقطة النهاية العظمى (هـ$_{1}$) يكون مساوياً للصفر، وكذلك فإن ميل المنحنى عند نقطة النهاية الصغرى (هـ$_{2}$) سيكون مساوياً للصفر كذلك. حيث يكون المماس للنقطتين (هـ$_{1}$) و (هـ$_{2}$) خط مستقيم موازى للمحور الأفقى، ومن المعروف أن ميل هذا الخط دائماً يساوى الصفر.

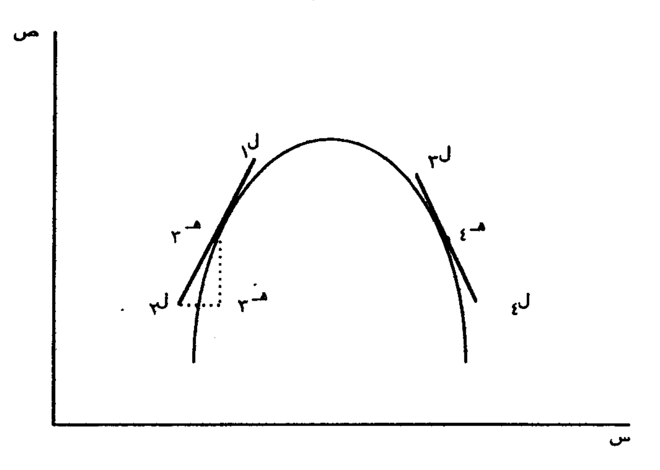
٣-٤ : كيفية حساب ميل المنحنى بيانياً :

يمكن حساب الميل لأى نقطة على أى منحنى ، وذلك بحساب ميل المماس لتلك النقطة ، ويمثل ميل هذا الخط ظل الزاوية التى يضعها هذا الخط مع المحور الأفقى، حيث :

$$\text{ظل الزاوية} = \frac{\text{المقابل}}{\text{المجاور}} = \frac{\Delta \text{ فى المتغير التابع}}{\Delta \text{ فى المتغير المستقل}}$$

فإذا أخذنا النقطة هـ$_{2}$ ، والنقطة هـ$_{4}$ على المنحنى فى الشكل رقم (٦-٠) وأردنا حساب ميل المنحنى عند هاتين النقطتين، فنقوم أولاً برسم مماس لتلك النقطة، فبالنسبة للنقطة هـ$_{2}$ يكون المماس لها الخط المستقيم ل$_{1}$ل$_{2}$ ، وبالنسبة للنقطة هـ$_{4}$ يكون المماس لها الخط المستقيم ل$_{3}$ ل$_{4}$. وحتى يتم حساب ميل الخط المستقيم ل$_{1}$ ل$_{2}$ نسقط خط مستقيم رأسى من النقطة هـ$_{2}$ لنحصل على الخط هـ$_{2}$ هـَ$_{2}$ ، ونسقط خط أفقى من النقطة ل$_{2}$ ليلتقى مع الخط الرأسى عند هـَ$_{2}$ ، فنحصل على الزاوية التى

شكل رقم (٦-٠)



يصنعها الخط المستقيم ل١ ل٢ مع المحور الأفقى فتكون الزاوية هـ٢ ل٢ هـَ٢،
ثم نقوم بحساب ظل هذه الزاوية كالآتى:-

ظل الزاوية = المقابل / المجاور = هـ٢ هـَ٢ / ل٢ هـَ٢

وتمثل القيمة المحسوبة لظل الزاوية ميل المنحنى عند النقطة هـ٢ ويمكن إجراء نفس الشيء بالنسبة للنقطة هـ٤ .

الباب الأول

علم الاقتصاد والمشكلة الاقتصادية

- المشكلة الاقتصادية (الاختيار والتخصيص)
- النظام الاقتصادى ومواجهة المشكلة الاقتصادية

مقدمـة:

منذ بدء الخليـقـة على ظهر الأرض ويعـانى الأفـراد والمجـتـمـعـات من المشكلة الاقـتـصـادية ، فـدائمـاً كـان الإنسـان وهو بصـدد إشـبـاع حـاجـاته ورغباته المتعددة يواجه تحدياً يفرضه عليه ندرة الموارد وعدم كفايتها لتحقيق تطلعاته.

وقـد كـان هـذا التـحـدى دائمـاً ولازال دافـعـاً للإنسـان لبـذل مـزيداً من الجهود للبحث والتطوير واستكشاف موارد جديدة ، أو صياغة أساليب إنتاج جـديدة تمكنه من الحـصـول على أكبـر إنتـاج ممكن من السلع والخـدمـات باسـتـخـدام مـوارده المحـدودة . ومع تنامـى جـهـود البـحث والتطوير والاستكشاف تتنامى وتتسع على الجانب الآخر تطلعات الإنسان، مما يجعل الموارد الاقتصادية المتاحة دائماً قاصرة على ملاحقة تلك التطلعات .

وسـيـتم في هذا البـاب عرض وتحليل المشكلة الاقـتـصـادية ، ودراسـة المواءمـة بين قـرارات الاخـتـيـار ومـحـاولات التـخـصـيص من خـلال النظام الاقتصادي الذي يُسير النشاط الاقتصادي داخل الاقتصاد القومي، وذلك من خلال فصلين، هما:

- ***المشكلة الاقتصادية : الاختيار والتخصيص.***
- ***النظام الاقتصادى ومواجهة المشكلة الاقتصادية.***

تتمثل المشكلة الاقتصادية لأى مجتمع من المجتمعات بغض النظر عن مستوى التقدم أو التخلف لهذا المجتمع وبغض النظر عن مستوى الغنى أو الفقر لهذا المجتمع فى حقيقتين أساستين، وهما:

- أن حاجات المجتمع المادية والمعنوية والاجتماعية غير محدودة (لانهائية).
- أن الموارد الاقتصادية المتاحة للمجتمع محدودة (نادرة).

١: الحاجات اللامحدودة أو اللانهائية:

يمكن تقسيم الحاجات اللامحدودة فى مجتمع من المجتمعات إلى مجموعتين من الحاجات أو الرغبات ، وهما : حاجات فردية وحاجات جماعية .

١) الحاجات الفردية :

تتمثل الحاجات الأساسية لأفراد المجتمع فى الحاجات الثلاث الغذاء والمسكن والملبس، يضاف إليها الحاجة إلى العلاج ، والحاجة إلى التعليم، هذا فضلاً عن الحاجات إلى الترفيه وإشباع وقت الفراغ ، مثل الرغبة فى الترحال والسياحة والاستمتاع بالرياضات المختلفة .... ، ولاتقتصر حاجات أفراد المجتمع على الحاجات والرغبات الاستهلاكية ، بل تتعد ذلك إلى احتياجات الوحدات الإنتاجية إلى مبانى لوحداتها الإنتاجية ، وآلات ومعدات ومخازن ... . وغيرها.

فإذا نظرنا إلى الحاجة إلى الغذاء نجد أن هناك العديد والعديد من السلع التى يمكن أن تستخدم فى إشباع تلك الحاجة ، وإذا ما نظرنا إلى الحاجة إلى السكن نجد أنه يمكن إشباع تلك الحاجة من خلال بناء مساكن منفصلة تبدأ من الأكواخ إلى المسكن العائلى المتوسط إلى الفيلات ثم القصور... وهكذا، أو بناء مساكن متصلة تتدرج من الشقق الشعبية ذات المساحات المحدودة إلى الشقق الفاخرة متسعة المساحة.

٢) الحاجات الجماعية :

تتمثل فى رغبات وحدات الحكومة فى إنشاء البنية الأساسية والمرافق

مثل الطرق العامة والمدارس والمستشفيات وشبكات الرى والصرف الزراعى، وشبكات المياه العذبة والصرف الصحى ، وشبكات الكهرباء، والاتصالات، وشبكات الغاز الطبيعى، وشبكات الكبارى والأنفاق، والموانئ والمطارات، ... وغيرها . ويضاف إلى ذلك الحاجات الجماعية لأفراد المجتمع كالحاجة إلى الدفاع والأمن والعدالة .

وإذا ما نظرنا إلى الحاجة إلى الدفاع عن الوطن نجد أن هناك العديد والعديد من السلع التى يمكن أن تُستخدم فى إشباع تلك الرغبة تبدأ من الأسلحة البدائية ... وتنتهى بالأسلحة الكيمائية والبيولوجية والذرية والنووية .. وما قد تسفر عنه التقنيات والأبحاث فى المستقبل قد يكون أخطر من ذلك.

ويتضح من ذلك أن رغبات أفراد أى مجتمع هى رغبات متعددة ، ولاتقتصر المشكلة عند تعدد الرغبات، ولكن تتسع المشكلة بتعدد السلع والخدمات التى يمكن أن تُستخدم لإشباع أى رغبة من رغبات أفراد المجتمع ، وتحدد الظروف العامة للمجتمع والبيئة الثقافية والاجتماعية أنواع السلع والخدمات التى يحتاجها أفراد المجتمع.

وهكذا يتضح لنا أن حاجات ورغبات أفراد أى مجتمع من المجتمعات متعددة ولاتنتهى ، وأن وسائل إشباع تلك الرغبات والحاجات من السلع والخدمات أكثر تعدداً بل وتتجدد ويظهر منها الجديد باستمرار ، ومن ثم فهى لانهائية . وإذا أردنا أن نعدد قائمة السلع والخدمات التى يحتاجها الإنسان ، فإن إعداد مثل هذه القائمة سوف يستغرق وقتاً طويلاً حتى يمكن حصر مطالب الإنسان التى لم يستطيع إشباعها حتى ساعة إعداد القائمة ، ومع مرور الزمن تضطرد حاجات الإنسان حتى إذا فرغ من إشباع بعض الحاجات التى احتوتها القائمة جدت حاجات أخرى، لتضيف المزيد إلى القائمة ، فالحاجة تولد حاجة أخرى. ويضاف إلى ذلك ما يُبتكر من سلع حديثة تظهر فى الأسواق كل يوم وتغرى المستهلك لطلبها. بل أن الحملات

الإعلانية تحاول أن تشعر المستهلك بالحاجة إلى بعض السلع التى ما كان يدخلها فى اعتباره من قبل، فلو نظرنا إلى سنوات ماضية ليست ببعيدة لوجدنا أنه لم تكن هناك رغبة ملحة للاحتياج إلى أجهزة التليفزيون أو أجهزة تكييف الهواء أو أجهزة استقبال القنوات الفضائية ... وغيرها مما كان يعد فى حكم الكماليات.

٢: الموارد الاقتصادية المحدودة (النادرة):

تشير الموارد الاقتصادية إلى الموارد الطبيعية ، والموارد البشرية ، وما صنعته يد الإنسان ليدخل فى إنتاج السلع والخدمات ، ويشمل ذلك أشياء كثيرة مثل مبانى الوحدات الإنتاجية ، والآلات والمعدات، والأدوات المستخدمة فى إنتاج السلع الصناعية ، ووسائل النقل والمواصلات ... وغيرها. وهناك تقسيمات عديدة للموارد الاقتصادية ، ولعل أكثر هذه التقسيمات شيوعاً، هو تقسيم الموارد الاقتصادية إلى موارد مملوكة وموارد غير مملوكة :

١) **الموارد المملوكة:** وتشتمل على الموارد التى يمكن بيعها وشراؤها مقابل ثمن يتم الاتفاق عليه ومن ثم انتقال ملكيتها من فرد إلى آخر، وتشمل موردى الأرض ورأس المال.

ويقصد **بمورد الأرض** جميع الموارد الطبيعية التى خلقها الله ووهبها مجاناً لأفراد المجتمع، وتشتمل على الموارد الطبيعية السطحية للأرض مثل الأرض القابلة للزراعة والغابات والمراعى، وموارد المياه والأنهار والمجارى المائية السطحية ، والحيوانات والطيور البرية بأنواعها المختلفة ، وموارد مواد البناء المختلفة من رمل وزلط وطفلة والأحجار المختلفة والرخام والجرانيت .. وغيرها . والموارد الطبيعية الباطنية المتواجدة فى باطن الأرض مثل احتياطات البترول والموارد المعدنية المختلفة والمياه الجوفية. والموارد الطبيعية البحرية ، سواء كانت موارد الثروة السمكية أو الثروة المعدنية أو الموارد البيئية التى تعد مصدراً هاماً لإنتاج خدمات السياحة والترفيه.

ويقصد بمورد **رأس المال** أو السلع الاستثمارية جميع ما صنعته يد الإنسان من آلات ومعدات تستخدم فى الإنتاج ، ويشمل مبانى الوحدات الإنتاجية والمخازن ووسائل النقل المستخدمة فى إنتاج السلع والخدمات وتوصيلها للمستهلك النهائى. ويمكن تقسيم رأس المال إلى قسمين رئيسيين ، هما :

رأس المال المباشر : ويتمثل فى الأصول المادية المستخدمة فى إنتاج السلع والخدمات مباشرة ، مثل الأصول الرأسمالية للمصانع والمزارع والمناجم والأصول المادية المستخدمة لصيد الأسماك ، والأصول الرأسمالية المستخدمة فى وحدات الإنتاج الخدمى بجميع أنواعها.

رأس المال غير المباشر: ويتمثل فى الأصول الرأسماليةالتى تسهم فى إنتاج السلع والخدمات بشكل غير مباشر وتشتمل على جميع الأصول الرأسمالية للبنية الأساسية Infrastructure للمجتمع، مثل شبكات الطرق وشبكات الاتصالات وشبكات الرى والصرف الزراعى، وشبكات المياه الحضرية وشبكات الصرف الصحى وشبكات الكهرباء وشبكات الغاز الطبيعى، والكبارى والإنفاق والموانئ والمطارات، بالإضافة للأصول الرأسمالية المستخدمة لتقديم خدمات الدفاع والأمن والعدالة ... .، ويترتب على عدم وجود هذا النوع من رأس المال توقف وحدات الإنتاج المباشر عن الانتاج ، والتى تنتج سلع وخدمات تشبع حاجات أفراد المجتمع مباشرة .

٢) **الموارد غير المملوكة** : وتشمل الموارد البشرية إذ أن هذه الموارد غير قابلة للبيع والشراء مقابل ثمن ، وبالتالى لاتنتقل ملكيتها من شخص لأخر، وتشمل موردى العمل والتنظيم.

ويشتمل **مورد العمل** على جميع أفراد المجتمع الذين تتوافر لديهم قدرات عضلية أو قدرات ذهنية على أداء أعمال معينة ، وتجدر الإشارة إلى أن مورد العمل هو مورد بشرى غير قابل للبيع أو الشراء ، ومن ثم فهو

مورد غير قابل للتملك ، ولكن يمكن لهذا المورد بيع خدمات العمل التى يجيدها مقابل الحصول على الأجور كثمن لخدمات العمل. ويندرج تحت مورد العمل خدمات العمل لعامل النظافة وخدمات العمل لمهندس الكمبيوتر وخدمات العمل لعالم الذرة ومابين ذلك كثير. ويمثل مورد العمل جزء من السكان تتوافر فيهم خصائص ثلاث هى :

- توافر القدرة العضلية أو الذهنية على العمل.
- توافر الرغبة فى العمل.
- البحث عن العمل.

وحتى يمكن حساب مورد العمل نستبعد من إجمالى عدد السكان الأفراد الذين لاتتوافر فيهم أى من الشروط الثلاث السابقة ، ويحسب حجم مورد العمل على النحو الموضح بالجدول رقم (١-١).

جدول رقم (١-١)

حساب حجم مورد العمل أو القوة العاملة

xxx	إجمالى عدد السكان
xx	- السكان تحت سن العمل (> ١٨ سنة)
xx	- السكان فوق سن التقاعد (< ٦٠ سنة)
xx	- السكان فى سن العمل ولايعملون (الطلاب فى مراحل التعليم بعد سن العمل، ربات البيوت، المقعدين عن العمل بسبب الأمراض والإعاقات) .
xx	= إجمالى قوة العمل (حجم مورد العمل)

ويتضح من الجدول رقم (١-١) أن حجم مورد العمل يتوقف أساساً على حجم السكان، وبصورة جزئية على الحدود الدنيا والعليا لسن العمل، وكذلك على اتجاهات المجتمع نحو عمل السيدات المتزوجات. فى حين أن نوعية مورد العمل تتوقف على عوامل أخرى تتمثل فى الإنفاق على رأس المال البشرى والذى يشتمل على التعليم والتدريب والصحة .

ويشتمل **مورد التنظيم** على الأفراد الذى تتوافر لديهم قدرات تنظيمية ، وتتمثل تلك القدرات التنظيمية فى الوظائف الثلاث التالية التى يؤديها المنظم:

- أن المنظم يأخذ على عاتقة تجميع موارد الأرض ورأس المال والعمل والمدخلات الأخرى بالمزيج المطلوب لإنتاج السلع والخدمات، ودائماً يكون المنظم القوة الدافعة وراء العملية الإنتاجية بدءاً من إنشاء المشروع وحتى وصول السلع أو الخدمات إلى مستهلكها النهائى.
- أن المنظم هو الذى يتولى صنع السياسات الاستراتيجية ويتخذ القرارات غير الروتينية فى المنشأة الإنتاجية .
- أن المنظم مجدد بطبعه ، فهو دائماً يقدم الجديد من المنتجات على أسس تجارية ، ويدُخل الأساليب الحديثة فى الإنتاج بل ويطور أساليب الإدارة والتنظيم داخل المنشأة .

ولعل أهم الخصائص التى تجعل بعض الأفراد قادرين على أداء الأدوار الثلاث السابقة هى خاصية المخاطرة ، ويقصد بخاصية المخاطرة عدم التأكد من نتائج أعمال المنشأة ، فيما إذا كانت ستنتهى بأرباح أو خسارة وإفلاس. أى أن المنظم لايخاطر بوقته وجهده وشهرته فقط ولكنه كذلك يخاطر بأمواله المستثمرة وأموال شركائه والمساهمين فى المشروع.

ويعد المنظم هو أساس ظهور المشروعات إلى حيز الوجود ويكون دافعه فى ذلك دائماً دافع تحقيق الربح ولايقتصر على تحقيق الربح فقط بل يعمل على تعظيم هذا الربح.

وتشترك جميع الموارد الاقتصادية (الأرض ورأس المال والعمل والتنظيم) فى خاصية أساسية وهى أن الموارد الاقتصادية نادرة أو محدودة العرض، أى أن المعروض من تلك الموارد لايكفى الطلب عليها لإنتاج سلع وخدمات تستخدم فى إشباع حاجات المجتمع وأفراده . فالأرض رغم اتساعها إلا أنها محدودة فى عرضها، وكذلك فإن مورد العمل محدود بحجم

القوة العاملة . ولكلٍ من هذه العوامل درجات متفاوتة من الجودة والمهارة ، فقد تكون الأرض متوافرة بمساحات شاسعة وبرغم ذلك يكون هناك نوع معين من الأرض بدرجة خصوبة معينة أشد ندرة . وكذلك فبرغم توافر موارد العمل بكثرة إلا أن المتوفر من العمالة الماهرة محدودة للغاية، وينطبق نفس الشيء على بقية الموارد الاقتصادية أو مدخلات الإنتاج .

وتنشأ علاقة ارتباط بين الجانب الأول للمشكلة الاقتصادية وهو تعدد الاحتياجات ولانهائيتها والجانب الثانى وهو ندرة الموارد الاقتصادية ، ويكون أساس علاقة الارتباط هذه أن إشباع حاجات أفراد المجتمع يتم باستهلاك سلع أو خدمات، ومن ثم يكون من الضرورى إنتاج تلك السلع والخدمات، وتستخدم الموارد الاقتصادية فى إنتاج تلك السلع والخدمات. ويعطى الشكل رقم (١-١) صورة مبسطة لعلاقة الارتباط بين جانبى المشكلة الاقتصادية.

شكل رقم (١-١)
علاقة الارتباط بين جانبى المشكلة الاقتصادية

الموارد الاقتصادية النادرة	تستخدم فى إنتاج ←	إنتاج سلع وخدمات	تستخدم فى إشباع ←	الحاجات الإنسانية المتعددة

ولما كان ظهور أى علم من العلوم مرتبطاً بمشكلة ما يعمل هذا العلم على حلها من خلال نظريات وقواعد معينة ، فإن المشكلة الاقتصادية كانت سبباً لظهور علم الاقتصاد، حيث **يُعرف علم الاقتصاد** بأنه ذلك العلم الاجتماعى الذى يبحث فى كيفية استخدام وإدارة الموارد الاقتصادية المحدودة بهدف تحقيق أقصى إشباع ممكن لحاجات المجتمع وأفراده اللامحدودة .

وطالما أن الموارد محدودة (أو نادرة) وأن حاجات المجتمع وأفراده لا محدودة ، فإنه لايمكن إشباع جميع حاجات المجتمع وأفراده، ومن هنا تظهر

الحاجة إلى الاختيار أى من الحاجات العديدة سيتم إشباع وأى من تلك الحاجات سيتم تأجيل إشباعه للمستقبل انتظاراً لتوقعات زيادة عرض الموارد أو توقعات حدوث تقدم تكنولوجى. ومن ثم فإن مواجهة المشكلة الاقتصادية فى أى مجتمع من المجتمعات يرتبط بقرارين استراتيجيين يتم اتخاذهما :

الأول: قرارات الاختيار:

وترتبط قرارات الاختيار بالنسبة للمجتمع بالحاجات المتعددة ، حيث يتم اختيار الاحتياجات التى سيتم إشباعها وفقاً للأولويات الفردية والجماعية.

الثانى: قرارات التخصيص:

وترتبط قرارات التخصيص بالنسبة للمجتمع بالموارد المحدودة ، حيث يتم تخصيص الموارد لإنتاج السلع والخدمات التى ستستخدم فى إشباع الحاجات التى تم إقرار إشباعها، وتوجد بدائل عديدة لتخصيص الموارد يعبر كل بديل منها عن توليفة معينة للسلع والخدمات التى سيتم إنتاجها فى المجتمع، وسيتم التعبير عن تلك التوليفات بما يطلق عليه إمكانيات الإنتاج .

٢: إمكانيات الإنتاج (قرارات الاختيار والتخصيص):

يعد منحنى (جدول) إمكانيات الإنتاج أداة مبسطة للتعرف على كيفية مواجهة المجتمع للمشكلة الاقتصادية من خلال قرارات الاختيار والتخصيص ، وسيتم تحليل منحنى (جدول) إمكانيات الإنتاج فى ضوء عدة افتراضات لتبسيط وتوضيح الفكرة:

١) افتراض ثبات المعروض من الموارد الاقتصادية ومدخلات الإنتاج، ولكن تتاح إمكانية إعادة تخصيص الموارد فى حدود معينة ، وبالتالى يمكن انتقال الموارد من نشاط إلى نشاط أخر.

٢) افتراض ثبات مستوى التكنولوجيا فى المجتمع، ومن ثم ثبات طرق أو أساليب الإنتاج .

٣) افتراض أن الاقتصاد القومى يعمل عند مستوى التوظف الكامل وتعمل تلك الموارد بطاقتها الكاملة ، ومن ثم فإنه لاتوجد بطالة ظاهرة أو بطالة مقنعة فى المجتمع.

٤) لمزيد من التبسيط سيتم افتراض أن الاقتصاد القومى ينتج سلعتين فقط، ولنفترض أن هاتين السلعتين هما الخبز والسيارات.

وفى ضوء الافتراضات السابقة يمكن تعريف منحنى (جدول) إمكانيات الإنتاج بأنه جدول (أو منحنى) يمثل التوليفات أو البدائل المختلفة التى يمكن للمجتمع إنتاجها من سلعتين (الخبز والسيارات) باستخدام موارده المتاحة .

وسيكون أمام الاقتصاد القومى وهو بصدد تخصيص موارده المتاحة ذات العرض الثابت لإنتاج سلعتى الخبز والسيارات عدة بدائل، يمثل كل بديل منها طريقة معينة لتخصيص الموارد. ونفترض أن البدائل المتاحة أمام المجتمع لتخصيص موارده ممثلة بالجدول رقم (١-١) .

ويوضح الجدول رقم (٢-١) أن المجتمع تتاح له عدة بدائل لتخصيص موارده لإنتاج سلعتى السيارات والخبز، ففى البديل أ يمكن للمجتمع أن يخصص جميع موارده المتاحة لإنتاج سلعة السيارات فقط وعندئذ تتتاح له إمكانية إنتاج ١٠٠ ألف سيارة . ولكن إذا اختار المجتمع أن يخصص موارده وفقاً للبديل ب حيث يرغب المجتمع فى إنتاج ١٠٠ مليون وحدة من الخبز، لذلك لايكون أمام المجتمع إلا خفض إنتاج السيارات إلى ٩٨ ألف سيارة لتوفير جزء من الموارد تستخدم فى إنتاج الخبز.

أما إذا اختار المجتمع البديل جـ حيث يرغب فى زيادة إنتاج الخبز إلى ٢٠٠ مليون وحدة فيضطر إلى خفض إنتاج السيارات لتصبح ٩٣ ألف سيارة لتوفير جزء من الموارد توجه إلى زيادة إنتاج الخبز وعند البديل د يرغب المجتمع فى زيادة إنتاج الخبز إلى ٣٠٠ مليون وحدة ، ويتطلب ذلك خفض إنتاج السيارات لتصبح ٨٣ ألف سيارة لتوفير جزء من الموارد

المستخدمة فى إنتاج السيارات توجه إلى زيادة إنتاج الخبز ... وهكذا، إلى أن يصل المجتمع إلى البديل ح حيث يخصص كل موارده إلى إنتاج الخبز ليحصل على ٧٠٠ مليون وحدة من الخبز ولا تبقى أية موارد يمكن أن توجه إلى إنتاج السيارات فيكون إنتاج السيارات صفر .

جدول رقم (٢-١)
إمكانيات أو بدائل الإنتاج لسلعتى الخبز والسيارات

البديل	أ	ب	جـ	د	هـ	و	ز	ح
سلعة السيارات (ألف وحدة)	١٠٠	٩٨	٩٣	٨٣	٦٨	٥٠	٣٠	صفر
سلعة الخبز (١٠٠ مليون وحدة)	صفر	١	٢	٣	٤	٥	٦	٧
تكلفة الفرصة البديلة للخبز (ألف وحدة سيارات)	-	٢	٥	١٠	١٥	١٨	٢٠	٣٠

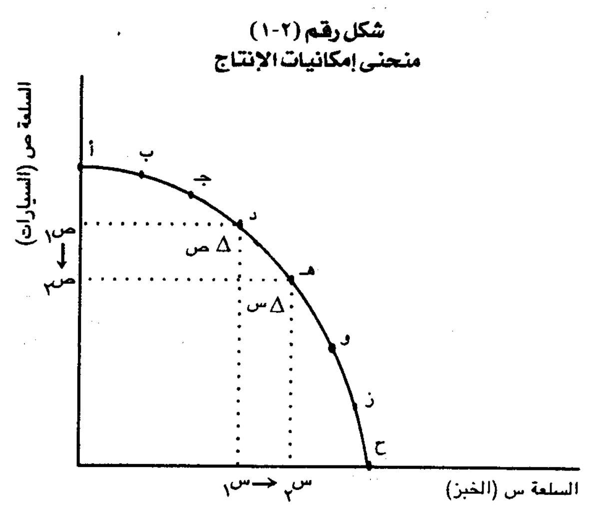
ويُحقق أى بديل من بدائل تخصيص الموارد المشار إليها فى الجدول رقم (١-١) الكفاءة الاقتصادية للمجتمع ، حيث تكون الموارد الاقتصادية فى حالة تشغيل (توظف) كامل وتتلاشى البطالة الظاهرة ، وكذلك فإن تلك الموارد تعمل بكامل طاقتها الإنتاجية فتتلاشى البطالة المقنعة . وطالما أن أى بديل من تلك البدائل يحقق الكفاءة الاقتصادية فإن الإنتاج المقابل له من سلعتى السيارات والخبز يمثل إنتاج أمثل، وبالتالى فإن أى نقطة على منحنى إمكانيات الإنتاج يكون الإنتاج المقابل لها إنتاجاً أمثل وتتحقق الكفاءة الاقتصادية للموارد عنده.

١-٣ : منحنى إمكانيات الإنتاج:

يمكن تمثيل بيانات إمكانيات (بدائل) الإنتاج المتاحة من الجدول رقم (١-١) بيانياً لنحصل على منحنى إمكانيات الإنتاج ويأخذ منحنى إمكانيات الإنتاج، وطالما أن زيادة الكمية المنتجة من إحدى السلعتين (الخبز) يترتب

عليه نقص الكمية المنتجة من السلعة الأخرى (السيارات) فإن ميل هذا المنحنى يكون ميل سالب، وبالتالى فإن هذا المنحنى ينحدر من أعلى لأسفل جهة اليمين، وكذلك فإن القيمة المطلقة لميل منحنى إمكانيات الإنتاج تكون متزايدة بسبب تزايد نفقة الفرصة البديلة ، لذلك سيكون هذا المنحنى مقعر تجاه نقطة الأصل، وذلك كما يتضح من الصورة المعروضة فى الشكل رقم (٢-١) :

شكل رقم (٢-١)
منحنى إمكانيات الإنتاج



ويتضح من الشكل (٢-١) أن جميع النقاط على منحنى إمكانيات الإنتاج (أ، ب ، جـ ، د ، هـ ، و ، ز، ح) ، تحقق الكفاءة الاقتصادية للموارد لأنها تعبر عن التوظف الكامل والطاقة الكاملة للموارد، وبالتالى فإن كميات الإنتاج المقابلة لأى نقطة على المنحنى تمثل إنتاجاً أمثل.

٢-٣: إعادة تخصيص الموارد ونفقة الفرصة البديلة:

يتضح من الجدول رقم (١-١) والشكل رقم (٢-١) أن الانتقال من بديل لآخر يتطلب التضحية بجزء من إنتاج إحدى السلعتين ليتمكن المجتمع من زيادة إنتاج السلعة الأخرى، ويتسق ذلك مع فرضية ثبات عرض الموارد

وثبات مستوى التكنولوجيا، وذلك لأن زيادة إنتاج سلعة يتطلب تحويل[1] جزء من الموارد المستخدمة فى إنتاج السلعة الأخرى لتستخدم فى زيادة إنتاج السلعة التى يرغب المجتمع فى زيادة إنتاجها.

وتعرف نفقة الفرصة البديلة Opportunity Cost بأنها كميات السلع والخدمات التى يضحى المجتمع بإنتاجها فى سبيل زيادة إنتاج سلعة أو خدمة معينة بوحدة واحدة فقط، ففى مثالنا السابق يتضح أن الانتقال من البديل أ إلى البديل ب يعنى أن المجتمع يرغب فى زيادة إنتاج الخبز ١٠٠ مليون وحدة ويتطلب ذلك التضحية بإنتاج ٢٠٠٠ سيارة. وتكون تكلفة الفرصة البديلة لإنتاج ١٠٠ مليون رغيف خبز هى ٢٠٠٠ سيارة . وبالتالى فإن تكلفة الفرصة البديلة للموارد الاقتصادية لايتمثل فى مقدار ما يُدفع لأصحاب تلك الموارد لتشارك فى الإنتاج ، ولكن تعبر نفقة الفرصة البديلة للموارد المستخدمة فى إنتاج سلعة معينة عن أقصى ما يمكن أن تنتجة تلك الموارد فى فروع الإنتاج الأخرى.

وتعبر نفقة الفرصة البديلة عن ميل منحنى إمكانيات الإنتاج، ويمكن أن تحسب نفقة الفرصة البديلة بقسمة مقدار التغير فى إنتاج السلعة التى يضحى المجتمع بإنتاجها على مقدار التغير فى السلعة التى يقرر المجتمع زيادة إنتاجها:

$$\text{نفقة الفرصة البديلة} = \frac{\Delta\ \text{ص}}{\Delta\ \text{س}} = \frac{\Delta\ \text{إنتاج السيارات}}{\Delta\ \text{إنتاج الخبز}}$$

٣-٢: إعادة تخصيص الموارد وتزايد التكاليف:

كما رأينا فى الجدول رقم (١-١) وفى الشكل (٢-١) فإن الانتقال من بديل إلى بديل آخر إنما ينطوى على عملية إعادة تخصيص للموارد، أى يتم نقل الموارد من فرع إنتاجى معين لتعمل فى فرع إنتاجى آخر. ويترتب على

(١) ولذلك يطلق بعض الاقتصاديين علي منحني إمكانيات الإنتاج منحني التحويل.

عملية إعادة تخصيص الموارد تزايد نفقة الفرصة البديلة أو ما يطلق عليه "قانون تزايد التكاليف" ، حيث تتزايد التضحية من إنتاج السيارات كلما زادت رغبة المجتمع فى الحصول على وحدة إضافية من الخبز. فإذارجعنا إلى الجدول (١-١) نلاحظ أنه عند البديل ب قرر المجتمع إنتاج ١٠٠ مليون وحدة من الخبز كانت نفقة الفرصة البديلة هى ٢٠٠٠ وحدة من السيارات، وعند البديل جـ قرر المجتمع زيادة إنتاج الخبز بمقدار ١٠٠ مليون وحدة جديدة كانت نفقة الفرصة البديلة ٥٠٠٠ وحدة من السنيارات، وعند البديل د قرر المجتمع زيادة إنتاج الخبز بمقدار ١٠٠ مليون وحدة جديدة كانت نفقة الفرصة البديلة ١٠٠٠٠ وحدة من السيارات، وعند البديل هـ قرر المجتمع زيادة إنتاج الخبز ١٠٠ مليون وحدة جديدة كانت نفقة الفرصة البديلة ١٥٠٠٠ وحدة من السيارات وعند البديل وقرر المجتمع زيادة إنتاج الخبز ١٠٠ مليون وحدة جديدة فتزايدت نفقة الفرصة البديلة لتصبح ١٨٠٠٠ وحدة من السيارات، وعند البديل ز قرر المجتمع زيادة إنتاج الخبز ١٠٠ مليون وحدة جديدة تزايدت نفقة الفرصة البديلة لتصبح ٢٠٠٠٠ وحدة من السيارات، وعند البديل ح قرر المجتمع زيادة إنتاج الخبز ١٠٠ مليون وحدة جديدة تزايدت نفقة الفرصة البديلة لتصبح ٣٠٠٠٠ وحدة من السيارات.

ولكن لماذا تتزايد التضحية من السيارات للحصول على وحدة إضافية من الخبز والإجابة على هذا السؤال قد تكون معقدة بعض الشيء، ولكنها ببساطة تشير إلى أن الموارد الاقتصادية غير تامة التكيف Not completely adaptable للاستخدامات والبدائل المختلفة . فكلما رغب المجتمع فى زيادة المنتج من الخبز فإنه يضطر إلى استخدام بعض الموارد الأقل تكيفاً وموائمة للإنتاج الزراعى، فعندما تنتقل من البديل (أ) إلى البديل (ب) نبدأ أولاً باختيار الموارد ذات الكفاءة العالية فى إنتاج الخبز ، والتى توائم بشكل أكبر إنتاج هذا النوع من السلع عن استخدامها فى إنتاج السيارات، ولكن عندما

ننتـــقل من (ب) إلى (جـ) ثم من (جـ) إلى (د) ... وهكذا تزداد ندرة هذه الموارد الأكثر تكيفاً لإنتاج الخبز، وبالتالى فإنه للحصول على مزيد من إنتاج الخبز يلجأ المجتمع إلى استخدام موارد ذات إنتاجية نسبية أعلى فى إنتاج السيارات عن إنتاج الخبز وتكون هذه الموارد أقل تكيفاً لإنتاج الخبز، ولذلك تستخدم المزيد من هذه الموارد لإضافة وحدة جديدة من الخبز ويترتب عن ذلك تضحية أكبر من إنتاج السيارات، ويعرف هذا النقص فى المرونة أو التكيف للموارد وما يترتب عليه من زيادة فى التضحية بإنتاج سلعة للحصول على وحدةمن سلعة أخرى بقانون تزايد التكاليف.

٤ :اقتراب من الواقع فى تحليل إمكانيات الإنتاج:

عندما وضعنا بعض الافتراضات لتحليل إمكانيات الإنتاج لاحظنا أن هذه الافتراضات قد ابعدتنا بعض الشيء عن الواقع، إذ أنه لم يشهد واقع الاقتصاد القومى لأى دولة من الدول حالة التوظف الكامل أو الطاقة الكاملة التى افترضنا وجودها ، بل أن جميع الدول تعانى البطالة الظاهرة والبطالة المقنعة فى نفس الوقت ، كما أن عرض الموارد وإن ظل محدوداً بالنسبة لجميع الدول ولكنه لايتصف بالثبات حيث تشهد بعض الدول زيادة فى عرض مواردها وتشهد دولاً أخرى نقص فى عرض مواردها ، كما أن التطور التكنولوجى يمثل صفة ملازمة للنمو والتقدم فى جميع الدول. وسيتم الاقتراب من الواقع أكثر بإسقاط فرضية تخصيص الموارد على سلعتين فقط السيارات والخبز، وسيتم تحليل منحنى إمكانيات الإنتاج على أساس أن تخصيص الموارد يتم ما بين مجموعتين من المنتجات، وهى المنتجات العسكرية ويتم تمثيلها على المحور الرأسى ومجموعة المنتجات المدنية ويتم تمثيلها على المحور الأفقى.

٤-١: البطالة الظاهرة والبطالة المقنعة وإمكانيات الإنتاج:

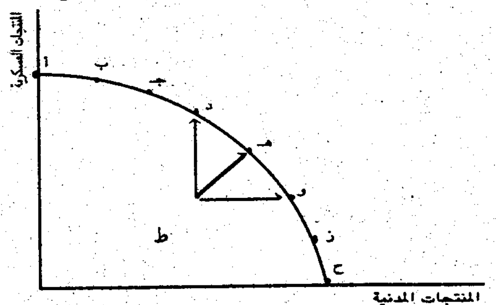
تشير البطالة الظاهرة فى أى مجتمع إلى أن جزء من الموارد

الاقتصادية يكون عاطلاً ولايشارك فى الإنتاج ، أى أن هناك بعض العمال لايجدون فرص عمل، وأن جزء من مورد الأرض موجود بحالته الطبيعية التى خلقه الله عليها ولايشارك فى الإنتاج ، وأن جزء من المصانع متوقف عن العمل.... وهكذا.

بينما تشير البطالة المقنعة فى أى مجتمع إلى أن بعض الموارد الاقتصادية تشارك فى الإنتاج ولكنها لاتنتج بكامل طاقتها الإنتاجية ، برغم أن هذه الموارد ظاهرياً تعمل وتشارك فى الإنتاج . ويظهر هذا النوع من البطالة بوضوح فى مورد العمل حيث يوجد العديد من العمال فى الوحدات الإنتاجية الذين لايعملون بكامل طاقتهم الإنتاجية ، فهم إما أنهم يعملون وقت أقل من الوقت الواجب عليهم أداءه فى العمل، أو أنهم يعملون كامل الوقت ولكنهم لايؤدون العمل المطلوب منهم كاملاً.

وعندما يعانى المجتمع من وجود البطالة سواء الظاهرة أو المقنعة فإنه سيحصل على إنتاج أقل من الإنتاج الذى تمثله البدائل الموجودة فى الجدول رقم (١-١) ، وبالتالى سيكون إنتاج المجتمع عند نقطة أسفل منحنى إمكانيات الإنتاج ولتكن النقطة(ط)كما يتضح من الشكل رقم (٣-١).

شكل رقم (٢-١)
البطالة الظاهرة والمقنعة وإمكانيات الإنتاج



ويمكن للمجتمع الاستفادة من تلك الموارد العاطلة عن طريق إدخالها فى الإنتاج وتشغيلها بكامل طاقتها الإنتاجية ، ومن ثم الانتقال من أسفل منحنى

إمكانيات الإنتاج إلى نقطة على المنحنى، وعندما نصل إلى نقطة على منحنى إمكانيات يكون المجتمع بذلك قد تخلص من البطالة الظاهرة والبطالة المقنعة .

ويعتمد المسار الذى يسلكه المجتمع فى تخصيص الموارد العاطلة على نوعية تلك الموارد، فإذا كانت الموارد العاطلة أكثر ملائمة لإنتاج السلع العسكرية فإن المجتمع يسلك المسار ط د أى أن المجتمع خصص الموارد العاطلة لزيادة إنتاج السلع العسكرية فقط، وإذا كانت الموارد العاطلة أكثر ملائمة لإنتاج السلع المدنية فإن المجتمع يسلك المسار ط و أى أن المجتمع خصص الموارد العاطلة لزيادة إنتاج السلع المدنية فقط، وإذا كانت الموارد العاطلة تصلح لإنتاج المجموعتين من السلع بنفس الدرجة فإن المجتمع يسلك المسار ط هـ ، أى أن المجتمع خصص الموارد العاطلة لزيادة إنتاج السلع العسكرية والمدنية فى نفس الوقت.

٤-٢: الاقتصاد مضطرد النمو وإمكانيات الإنتاج:

يتميز الاقتصاد مضطرد النمو بخاصيتين أساسيتين وهما نمو المعروض من الموارد الاقتصادية المتاحة لديه ، وكذلك إحداث تطورات تكنولوجية باستمرار، وبالتالى فحتى نتمكن من الاقتراب من الواقع عند تحليل منحنى إمكانيات الإنتاج لمثل هذه الاقتصادات فيكون من الضرورى إسقاط بعض الفروض التى وضعناها سابقاً، حيث يتم إسقاط فرضية ثبات عرض الموارد الاقتصادية ، وكذلك يتم إسقاط فرضية ثبات حالة التكنولوجيا فى المجتمع.

٤-٢-١ :زيادة عرض الموارد الاقتصادية[1] :

بديهياً يترتب على نمو السكان زيادة عرض مورد العمل ومورد التنظيم، كذلك فإن النمو الاقتصادى لأى مجتمع يؤدى إلى زيادة رصيد

(١) يمكن علي الجانب الآخر تحليل أثر نقص عرض الموارد الاقتصادية للمجتمع علي منحني إمكانيات الإنتاج بطريقة عكسية للتحليل في هذا البند، وتتعرض المجتمعات لنقص المعروض من الموارد في حالات الحروب سواء المفروضة من الخارج أو الحروب الأهلية التي تدمر الموارد الاقتصادية البشرية والرأسمالية، إضافة لما تتركه من آثار بيئية سلبية تدمر الموارد الطبيعية، ولعل من الأمثلة الواضحة ما يحدث في العراق وأفغانستان وفلسطين والعديد من الدول الأفريقية. وكذلك فإن الكوارث الطبيعية مثل الزلازل والبراكين والسيول والفياضانات والأعاصير..... تؤدى إلي تدمير الموارد الاقتصادية في المجتمع، ويضاف إلي ذلك انتشار الأوبئة.

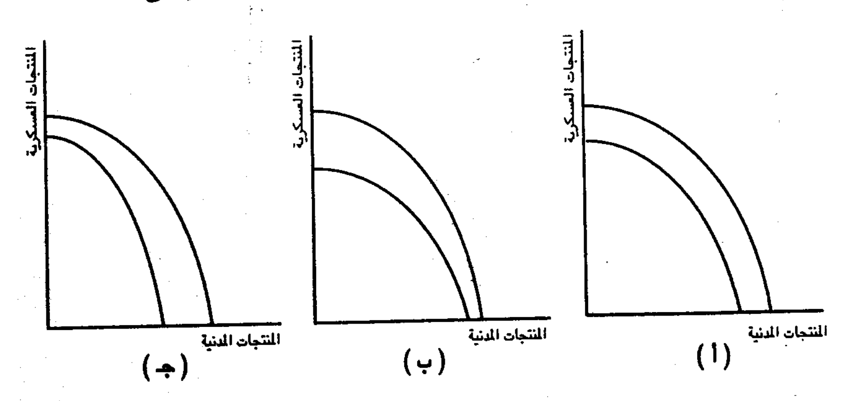
رأس المال، كما أن استنفاد الاحتياطات من بعض المعادن يقابله اكتشافات جديدة ، وكذلك فإن تحسين وسائل الرى والصرف الزراعى يؤدى زيادة المعروض من الأراضى الزراعية خاصة مع استصلاح أراضى جديدة .... وهكذا .

ويترتب على زيادة المعروض من الموارد الاقتصادية توسع قدرة المجتمع على زيادة إنتاج مجموعتى السلع العسكرية والمدنية معاً، أو زيادة إنتاج إحداهما دون أن يترتب على ذلك أى نقص فى إنتاج المجموعة الأخرى عند البدائل المختلفة . بعكس الحال عند افتراض ثبات عرض الموارد فإن زيادة إنتاج إحدى المجموعتين من السلع يتطلب خفض إنتاج المجموعة الأخرى. ولذلك فإن زيادة عرض الموارد الاقتصادية سيؤدى إلى انتقال منحنى إمكانيات الإنتاج بالكامل إلى أعلى، كما يتضح من الشكل رقم (٤-١).

ويتوقف مسار انتقال منحنى إمكانيات الإنتاج على نوعية الموارد الإضافية التى توافرت للمجتمع، فإذا كانت الموارد الإضافية تلائم إنتاج مجموعتى السلع المدنية والعسكرية بنفس الدرجة يكون مسار انتقال منحنى إمكانيات الإنتاج ممثلاً بالشكل (١-٤-أ) ، وإذا كانت الموارد الإضافية أكثر

شكل رقم (٤-١)

تأثير زيادة عرض الموارد الاقتصادية على منحنى إمكانيات الإنتاج



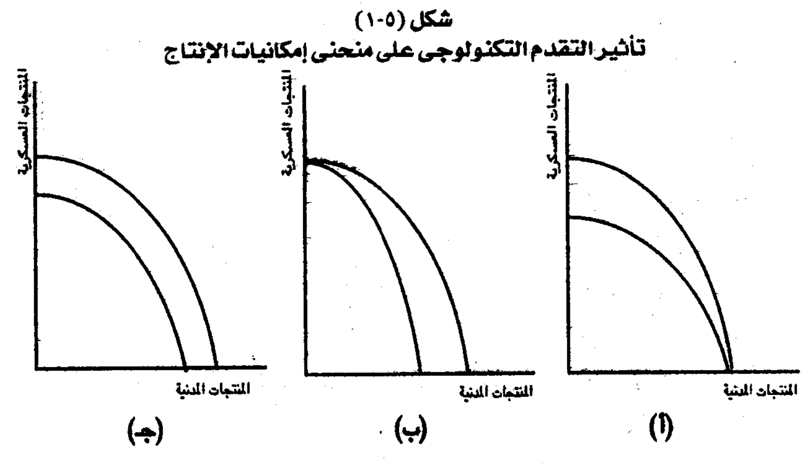
ملائمة لإنتاج مجموعة السلع العسكرية يكون مسار انتقال منحنى إمكانيات الإنتاج ممثلاً بالشكل (٤-١/ب) ، وإذا كانت الموارد الإضافية أكثر ملائمة لإنتاج مجموعة السلع المدنية يكون مسار انتقال منحنى إمكانيات الإنتاج ممثلاً بالشكل (٤-١/جـ) .

٤-٢-٢ : التقدم التكنولوجي :

تحاول معظم الدول تشجيع البحث والتطوير[١] R & D والذى تكون من نتائجه ظهور سلع جديدة أو طرازات أفضل لسلع قائمة ، كذلك ظهور أساليب وطرق إنتاج حديثة متجسده فى آلات ومعدات حديثة أكثر كفاءة ، ويسمح التطور التكنولوجى للمجتمع باستخدام نفس الموارد المتاحة لديه فى زيادة إنتاجه من مجموعتى السلع العسكرية والمدنية معاً أو زيادة الإنتاج من إحداهما دون نقص إنتاج المجموعة الأخرى، وذلك كما يتضح من الشكل (٥-١) .

ويتوقف مسار انتقال منحنى إمكانيات الإنتاج على اتجاه التطور التكنولوجى الحادث فى المجتمع، فإذا كان التطور التكنولوجى متعلقاً بمجموعة السلع العسكرية فقط يكون مسار انتقال منحنى إمكانيات الإنتاج ممثلاً بالشكل (٥-١/أ) ، وإذا كان التطور التكنولوجى متعلقاً بمجموعة

شكل (٥-١)
تأثير التقدم التكنولوجى على منحنى إمكانيات الإنتاج



(١) Research and development

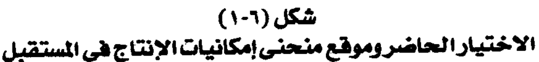
السلع المدنية فقط يكون مسار انتقال منحنى إمكانيات الإنتاج ممثلاً بالشكل (٥-١/ب) ، وإذا كان التطور التكنولوجى متعلقاً بمجموعتى السلع العسكرية والمدنية فى نفس الوقت يكون مسار منحنى إمكانيات الإنتاج ممثلاً بالشكل (٥-١/جـ).

٥:١ الاختيار الحاضر وموقع منحنى إمكانيات الإنتاج فى المستقبل:

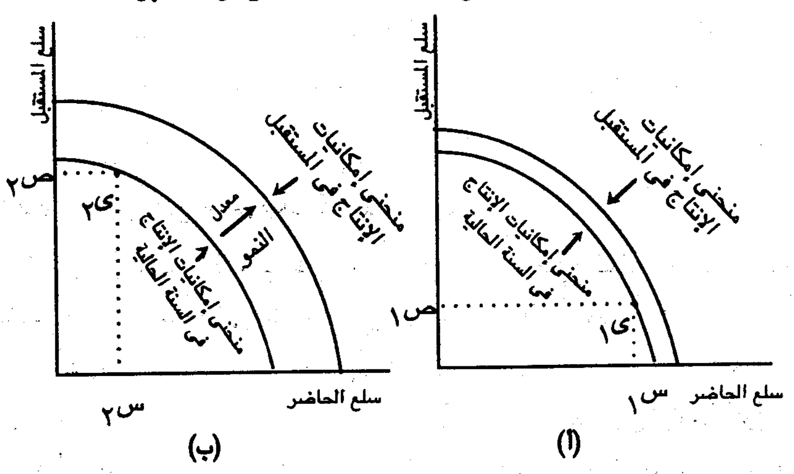
يمكن أن نتبنى تقسيم آخر للسلع والخدمات التى يتم تخصيص الموارد الاقتصادية لإنتاجها فى المجتمع، وينصرف هذا التقسيم إلى تقسيم السلع والخدمات إلى مجموعتين ، الأولى: تشمل سلع الحاضر ، ويتم تمثيلها على المحور الأفقى، والثانية : تشمل سلع المستقبل، ويتم تمثيلها على المحور الرأسى.

- **سلع الحاضر** : ويقصد بها السلع الاستهلاكية سواء المعمرة أو غير المعمرة ، والتى تستخدم فى إشباع حاجات أفراد المجتمع بصورة مباشرة ، ومن أمثلتها المنتجات الغذائية والملابس والسيارات والقوى المحركة والأجهزة الكهربائية والخدمات الترفيهية .... وغيرها.
- **سلع المستقبل** : ويقصد بها السلع والخدمات التى تزيد من عرض الموارد الاقتصادية، ومن أمثلتها السلع الرأسمالية وخدمات البحث والتطوير R & D وخدمات التعليم والتدريب والخدمات الصحية وغيرها من السلع والخدمات التى تؤدى إلى زيادة كمية الموارد المملوكة وتحسين نوعيتها، وتلك المواردالتى تؤدى إلى تحسين نوعية الموارد البشرية .

ويشير الشكل رقم (٦-١) الاختيار الحاضر للمجتمع وتمثله النقطة ى١ على منحنى إمكانيات الإنتاج الحالى فى الشكل (٦-١/أ) حيث يركز الاختيار الحاضر على إنتاج المنتجات الاستهلاكية بدرجة أكبر من منتجات المستقبل، ولذلك فإن منحنى إمكانيات الإنتاج فى المستقبل سينتقل إلى أعلى ولكن سيكون معدل ارتفاعه لأعلى ضئيل، أى أن معدل النمو الاقتصادى فى هذا المجتمع سيكون ضئيلاً.



شكل (٦-١)
الاختيار الحاضر وموقع منحنى إمكانيات الإنتاج فى المستقبل



في حين أنه إذا كان الاختيار الحاضر للمجتمع عند النقطة ي ٢ فى الشكل (٦-١/ب) ، حيث يركز الاختيار الحاضر على إنتاج منتجات المستقبل بدرجة أكبر من المنتجات الاستهلاكية ، فإن منحنى إمكانيات الإنتاج فى االمستقبل سينتقل إلى أعلى ولكن سيكون معدل ارتفاعه لأعلى كبيراً، أى معدل النمو الاقتصادى فى هذا المجتمع سيكون مرتفعاً.

يقصد بالنظام الاقتصادى[1] تلك الروابط والعلاقات المتعلقة بتنظيم استغلال وتخصيص الموارد الاقتصادية المحدودة بهدف الوصول إلى أقصى إشباع ممكن لرغبات أفراد المجتمع وحاجاتهم المتعددة . ويمكن عرض تلك العلاقات والروابط من خلال نموذج مبسط للتدفقات الدائرية بين قطاعات النشاط الاقتصادى.

١: طبيعة عمل النظام الاقتصادى ومكوناته:

سنفترض أن الوحدات الاقتصادية المكونة للنظام الاقتصادى فى ظل هذا النموذج المبسط تنقسم إلى وحدات استهلاكية ، وهى تمثل فى مجموعها القطاع العائلى، ووحدات إنتاجية وهى تمثل فى مجموعها قطاع الأعمال. وتشتمل الوحدات الاستهلاكية جميع الأفراد والأسر التى يتكون منها الاقتصاد القومى، والتى تمتلك بدورها جميع الموارد الاقتصادية التى يمكن استخدامها فى العملية الإنتاجية. وتشتمل الوحدات الإنتاجية على جميع المنشآت التى تقوم بشراء أو استئجار الموارد الاقتصادية أو خدماتها بغرض إنتاج وبيع منتجات مختلفة ، سواء كانت سلعاً أم خدمات، وتأخذ المنشآت الإنتاجية أشكالاً قانونية مختلفة ، فقد تكون مشروعات فردية ، أو شركات تضامن ، أو شركات مساهمة .

ويمكن أن تكون الوحدة الإنتاجية وحدة استهلاكية فى نفس الوقت، ومن أمثلة ذلك المزارع العائلية ، ولكن يمكن فصل الأنشطة الاستهلاكية لتلك الوحدة (العائلة) وتضمينها مع الوحدات الاستهلاكية ، وتفصل الأنشطة

---

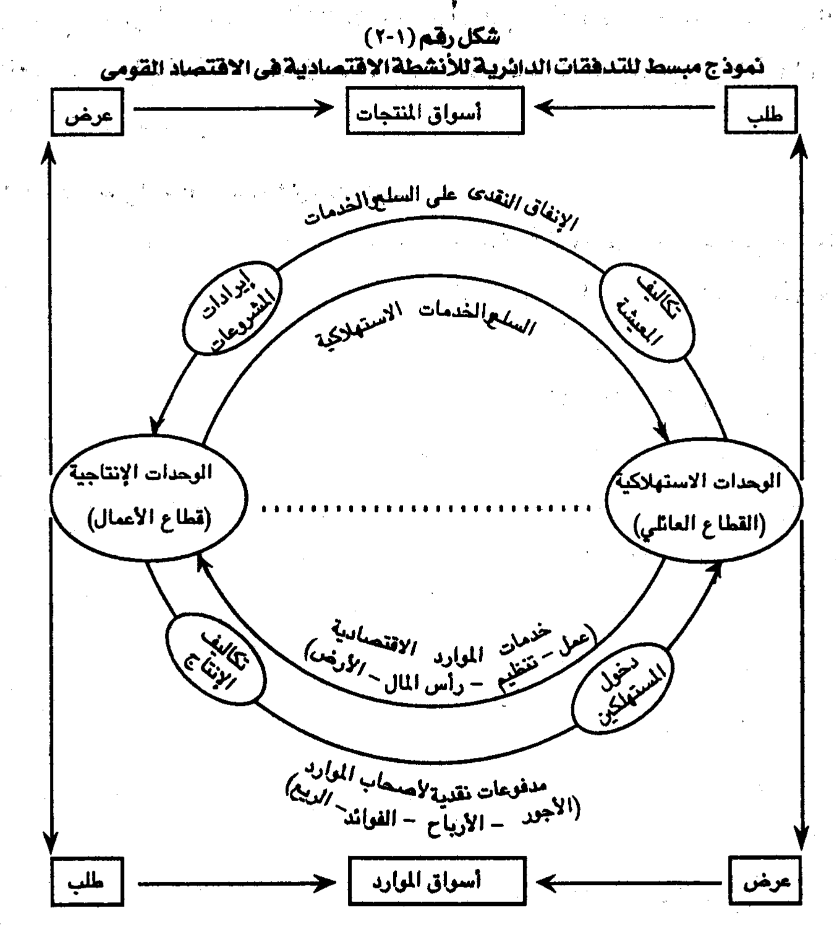
(١) يتأثر النظام الاقتصادي السائد في أي مجتمع بالخلفيات الثقافية والدينية والتاريخية والعادات والتقاليد لهذا المجتمع.

الإنتاجية لتلك الوحدة (العائلة) وتضمينها مع الوحدات الإنتاجية ، وللتبسيط سيتم افتراض انفصال النشاط الإنتاجي عن النشاط الاستهلاكى فى الوقت الحالى.

ويمكن توضيح العلاقات والروابط التى تحكم هذا النظام الاقتصادى المبسط من خلال الشكل البيانى التالى "للتدفقات الدائرية":

شكل رقم (١-٢)

نموذج مبسط للتدفقات الدائرية للأنشطة الاقتصادية فى الاقتصاد القومى



يمثل الجزء الأسفل من الشكل رقم (١-٢) **أسواق الموارد الاقتصادية** ، حيث يتم فى هذا الجزء تيارين متقابلين من التدفقات :

التيار الأول: يتمثل فى تدفق تيار الموارد الاقتصادية وخدماتها من الوحدات الاستهلاكية المالكة لتلك الموارد إلى الوحدات الإنتاجية التى تستخدم تلك الموارد فى إنتاج سلع وخدمات. وهذا التيار العينى إنما يمثل من زاوية جانب العرض للموارد الاقتصادية والذى يمثله الوحدات الاستهلاكية (المالكة للموارد) ، ومن الناحية الأخرى ، فهو يمثل جانب الطلب على الموارد الاقتصادية والذى يمثله الوحدات الإنتاجية .

التيار الثانى : هو تيار نقدى من الاتجاه العكسى، يتمثل فى تدفق النقود التى تدفع من الوحدات الإنتاجية لأصحاب الموارد فى صورة ريع (إيجارات) ، أو فوائد، أو أجور، أو أرباح ، حسب العقود المبرمة بين الطرفين. وهذا التيار النقدى إنما يمثل وجهتى نظر متقابلتين ، فهو من ناحية يمثل الدخول النقدية للوحدات الاستهلاكية ، وفى نفس الوقت فهو يمثل التكاليف النقدية للإنتاج فى الوحدات الإنتاجية .

ويلاحظ أن الدخول النقدية للوحدات الاستهلاكية إنما تعادل كميات خدمات مواردهم المباعة مضروبة فى أسعار تلك الموارد، وكذلك فإن تكاليف الإنتاج للوحدات الإنتاجية إنما تمثل كميات خدمات الموارد المشتراه مضروبة فى أسعار تلك الموارد. ومن ثم فإن أسعار الموارد تقوم بمثابة حلقة الوصل بين هذين التيارين.

ويمثل الجزء العلوى من الشكل **أسواق المنتجات النهائية** متمثلة فى أسواق السلع وأسواق الخدمات، حيث يتم فى هذا الجزء تياريين متقابلين من التدفقات :

التيار الأول: يتمثل فى تدفق تيار المنتجات (سلع أو خدمات) من الوحدات الإنتاجية إلى الوحدات الاستهلاكية ، حيث تشترى الوحدات الاستهلاكية منتجات الوحدات الإنتاجية . وهذا التيار العينى إنما يمثل من زاوية جانب العرض للمنتجات السلعية والخدمية ، والذى يمثله الوحدات

الإنتـاجيـة ، ومن الزاوية الأخرى فـهـو يمثل جـانب الطلب على المنتجـات السلعية والخدمية ، والذى يمثله الوحدات الاستهلاكية .

التيار الثانى: هو تيار نقدى فى الاتجاه العكسى، يتمثل فى تدفق النقود التى تدفع من الوحدات الاستهلاكية كأثمان للسلع والخدمات الاستهلاكية إلى الوحـدات الإنتـاجـيـة . وهـذا التـيـار النقـدى إنما يمثل وجـهـتى نظر متقابلتين، فهو من ناحية يمثل تكاليف المعيشة (الإنفاق النقدى الاستهلاكى) للوحـدات الاسـتـهـلاكـيـة ، وفى نفس الوقت فـهـو يمثل الإيرادات النقـدية المتحصلة للوحدات الإنتاجية .

ويلاحظ أن الإنفـاق النقـدى على الاسـتـهلاك إنما يعادل كميات السلع والخدمات المشتراه مضروباً فى أسعار تلك السلع والخدمات، وكذلك فإن الإيرادات النقدية للوحدات الإنتاجيـة إنما تمثل كميات السلع والخدمات المباعة مضروبة فى أسعار تلك السلع والخدمات. ومن ثم فإن أسعار السلع والخدمات تقوم بمثابة حلقة الوصل بين هذين التيارين.

وتجـدر الإشـارة إلى أن النمـوذج المبسط للنظام الاقـتـصـادى السـابق عـرضـه إنما يمثل حـالة من السكون للاقـتـصـاد القـومى، وعندمـا يكون الاقتصاد القومى ساكناً يتساوى التيار النقدى فى النصف العلوى مع التيار النقدى فى النصف الأسفل فى الشكل رقم (١-٢) ، أى أن القيمة الإجمالية للسلع والخدمات المنتجة تكون متساوية مع القيمة الإجمالية لخدمات الموارد الاقـتـصـادية . وهذا يعنى أن المسـتـهلكين ينفـقـون جـمـيع دخـولهم ، وأن الوحـدات الإنتـاجـيـة (المنشـآت) تدفع جـمـيع دخـولهـا لأصـحـاب الموارد الاقـتـصـادية . ولايكون هناك إدخـار من جانب المسـتـهلكين أو المنشـآت. وفى مـثل هذا الاقـتـصـاد السـاكن لايكون هنـاك اسـتـثـمـار صـافى، ولكن يتم تخصيص بعض خدمات الموارد الاقتصادية لتعويض ما يهلك من الموارد أثناء العملية الإنتاجية ، ويمثل هذا الإهلاك جزء من تكاليف الإنتاج .

ويتسع هذا النموذج المبسط للنظام الاقتصادى لإدخال تعديلات وافتراضات جديدة تجعله أكثر تعقيداً، بحيث يصور كيفية عمل النظام الاقتصادى فى حالة النمو أو الانكماش، كما يمكن تعديله بجعله أكثر شمولاً، بحيث يأخذ فى الاعتبار النشاط الاقتصادى الحكومى، وكذلك يمكن تضمينه علاقات الاقتصاد القومى مع العالم الخارجى.

٢: وظائف النظام الاقتصادى:

يتعين على أى نظام اقتصادى مهما اختلفت طبيعته أن يقوم بمجموعة من الوظائف ، هى :

١) تحديد نوع وكميات السلع والخدمات التى سيتم إنتاجها :

قبل أن يحدد النظام الاقتصادى نوع وكميات السلع والخدمات التى سيتم إنتاجها، يتحتم على المجتمع ***تحديد درجة استخدام الموارد الاقتصادية*** والوصول إلى مثل هذا القرار أكثر تعقيداً مما يبدوا لأول وهلة . ويرتبط هذا بتساؤلين فرعيين:

- إلى أى حد يرغب المجتمع فى استخدام موارده البشرية والمملوكة ؟
- إلى أى حد يستطيع المجتمع استخدام هذه الموارد ؟

فالمجتمع الذى يسعى إلى تعظيم حاجاته المادية مباشرة لابد وأن يكون راغباً فى استخدام موارده البشرية والمملوكة بدرجة عالية . ويعنى ذلك بالنسبة للموارد البشرية دخول الرجال والنساء إلى القوة العاملة فى سن مبكرة، وإحالتهم إلى المعاش فى سن متأخرة ، والعمل فترات أطول بإجازات أقل. ويعنى ذلك أوقات فراغ محدودة جداً، والفراغ هو مصدر للإشباع ويكون جزء من مستوى المعيشة، وما هى فائدة إنتاج الراديو وملاعب كرة القدم وغيرها من وسائل الترفيه إذا لم يكن هناك وقت فراغ لاستخدام تلك الأشياء ؟ ويتأثر القرار الذى يتخذه المجتمع لتوزيع وقته بين العمل والفراغ بعوامل اجتماعية وثقافية، وتعد عادات المجتمع من العوامل الهامة فى تحديد نسبة السكان الذين يعملون وعدد ساعات العمل وكثافة العمل ذاته.

كذلك فإن المحافظة على احتياطات الموارد يمثل عنصراً أساسياً فى نقاش رغبة المجتمع فى استغلال الموارد المملوكة . فإذا قرر المجتمع زيادة معدل استخراج الموارد المعدنية مثل البترول فلابد أن يزيد من الإنتاج الجارى وبالتالى فإنه يقلل من قدرة الاقتصاد على الإنتاج فى المستقبل. ولكن انخفاض معدل الاستغلال يوزع الإنتاج بالتعادل على عدد كبير من السنوات ، وبالتالى فإنه يزيد من قدرة الاقتصاد على إنتاج السلع والخدمات التى يعتمد إنتاجها على هذه الموارد في المستقبل.

وبعد تحديد مستوى استخدام الموارد المرغوب فيه يبدأ المجتمع فى تحقيق هذا الاستخدام، ويتعين على المجتمع تجنب وجود موارد عاطلة بشرية أو مملوكة. فمثل هذه الطاقات العاطلة تمثل نوع من الإسراف وعدم الكفاءة، وحتى يحقق المجتمع درجة عالية من الكفاءة الاقتصادية لابد وأن يوفر النظام الاقتصادى مستويات عالية وثابتة من التوظف.

يتعين على أى نظام اقتصادى وبعد تحديد درجة استخدام الموارد أن يحدد مستوى إنتاج المجتمع وتركيبة هذا الإنتاج ، وتتطلب هذه الوظيفة تحديد أى الرغبات أكثر أهمية ، وإلى أى مدى يتم إشباعها، فكما سبق وجدنا أن الرغبات البشرية متعددة وغير محدودة وتتنافس على الموارد المحدودة . ومن ثم يجب الاختيار من كل هذه الرغبات ما هو أكثر أهمية من وجهة نظر المجتمع، ومحاولة إنتاج السلع والخدمات اللازمة لإشباع هذه الرغبات.

وأن هذه الوظيفة تتم فى إطار معقد، حيث تتطلب الإجابة على العديد من التساؤلات مثل : إلى أى مدى تستخدم موارد المجتمع فى إنتاج الطائرات والصواريخ؟ وإلى أى مدى تستخدم هذه الموارد فى إنتاج وحدات لتنقية مياه الصرف الصحى للإقلال من تلوث البيئة ؟ وإلى أى مدى تستخدم هذه الموارد فى إنشاء مساكن بتكلفة منخفضة للفقراء؟ وإلى أى مدى تستخدم هذه الموارد فى إنشاء قرى سياحية ومشروعات ترفيهية للأغنياء؟ ، و.... و .... و ..... .

٢) تنظيم الإنتاج:

يقصد بتنظيم الإنتاج العمل على توجيه الموارد الاقتصادية المتاحة للمجتمع بطريقة تضمن إنتاج السلع والخدمات المرغوب فيها وبالكميات المرغوبة كذلك . ويتطلب ذلك القيام بوظيفتين :

الأولى: منع تدفق الموارد الاقتصادية إلى الصناعات التى تنتج المنتجات الأقل أهمية من جهة نظر المستهلكين والمجتمع، وتحويلها إلى الصناعات المنتجة للسلع والخدمات الأكثر أهمية من وجهة نظر المستهلكين والمجتمع.

ولأداء هذه الوظيفة يمكن إتباع سياسات اقتصادية (نقدية ، مالية،..) غير مباشرة تؤثر فى قرارات المستهلكين والمنتجين وأصحاب الموارد، ويمكن أداء هذه الوظيفة من خلال نظام للتوجيه والأوامر المباشرة التى تحدد قرارات المستهلكين والمنتجين وأصحاب الموارد.

الثانية: تحقيق الاستخدام الكفؤ للموارد الاقتصادية فى إنتاج المنتجات المرغوب فيها.

تتحدد الكفاءة الاقتصادية للموارد الاقتصادية بكيفية مزج هذه الموارد ببعضها، وهو ما يطلق عليه بأسلوب الإنتاج الذى تستخدمه المنشأة فى عملية الإنتاج . ويتوقف اختيار المنشأة لأسلوب الإنتاج على كمية الإنتاج من السلعة أو الخدمة وعلى الأسعار النسبية للموارد الاقتصادية .

فإذا كان مدخل العمل مكلفاً ومدخل رأس المال أرخص نسبياً ستختار المنشأة أساليب الإنتاج المكثفة لرأس المال والموفرة للعمل، ويحدث العكس إذا كان العمل رخيصاً ومدخل رأس المال مكلفاً نسبياً ، حيث ستختار المنشأة أساليب الإنتاج المكثفة للعمل والموفرة لرأس المال. كما أن استخدام الآلات المعقدة وخطوط الإنتاج الآلية المترابطة فى الإنتاج والتعبئة والتغليف

والنقل والتخزين لايكون استخدامها اقتصادياً إذا كان حجم الإنتاج صغيراً، بينما تكون أكثر ملائمة وأكثر كفاءة عند إنتاج أحجام الإنتاج الكبيرة .

أى أن الاستخدام الكفؤ للموارد الاقتصادية إنما يتحدد بالإجابة على تساؤلين فرعيين ، هما:

- ما هى أساليب الإنتاج الأكثر كفاءة ؟ الكثافة اليدوية أم الكثافة الرأسمالية ؟
- ما هى أحجام المنشآت الأكثر كفاءة ؟ المنشآت صغيرة الحجم أم المنشآت كبيرة الحجم؟

ويتطلب تحقيق الكفاءة الاقتصادية للموارد ***توافر المرونة فى النظام الاقتصادى*** لموائمة التغيرات التى تحدث فى أذواق المستهلكين، وتغيرات عرض الموارد وتغيرات أساليب الإنتاج ، وذلك لأن من طبيعة المجتمعات التغير المستمر ، وأن أى مجتمع أبعد ما يكون عن حالة السكون ، إذ يترتب على تغير أساليب الإنتاج (التكنولوجيا) وتغير أذواق المستهلكين وتغير عرض الموارد الاقتصادية ضرورة إعادة تخصيص الموارد الاقتصادية للمحافظة على الكفاءة فى استخدامها. فمجموعة السلع والخدمات التى تعظم إشباع المستهلك اليوم ستعجز عن تحقيق ذلك فى المستقبل، إذا تغيرت حاجات المتسهلك، ومجموعة السلع والخدمات التى كانت تروق للمستهلك فى نهاية الألفية الثانية لاتكون كذلك فى بداية الألفية الثالثة ، كذلك فإن تغير عرض الموارد والتطور فى أساليب الإنتاج الفنية تؤدى إلى تغير فى تركيبة الموارد المستخدمة فى إنتاج السلع إذا أريد المحافظة على مستوى الكفاءة الاقتصادية .

وكذلك تعد المرونة مسألة أساسية يحتاجها الاقتصاد القومى لمقابلة التغيرات الفجائية التى تصيب المجتمع مثل التحول من السلام إلى الحرب ، ومن الحرب إلى السلام . ولذلك فإن إعادة تخصيص الموارد فجأة فى مثل هذه الأحوال ضرورة تستلزمها مثل هذه الطوارئ العارضة .

وقد يترتب على فشل النظام الاقتصادى فى أداء هذه الوظيفة تخصيص الموارد الاقتصادية المحدودة المتاحة للمجتمع فى الاستخدامات غير الصحيحة ، ويحقق المجتمع إنتاج أقل مما لو تمكن من أداء هذه الوظيفة بشكل جيد.

٣) توزيع الناتج :

يجب على أى نظام اقتصادى أن يحدد كيفية توزيع السلع والخدمات المنتجة بين أفراد المجتمع، أى أن يحدد كم يأخذ كل فرد من كل نوع من السلع والخدمات المنتجة ؟ . ويتوقف توزيع الناتج بين أفراد المجتمع على توزيع الدخول الشخصية فى الاقتصاد القومى، أى أن أصحاب الدخول المرتفعة سيحصلون على مقدار من الناتج أكبر مما يمكن أن يحصل عليه أصحاب الدخول المنخفضة . ويتوقف الدخل الشخصى لأى فرد فى المجتمع على :

- كمية الموارد ونوعية الموارد المملوكة لهذا الفرد.
- الأسعار التى يتقاضها الفرد مقابل مشاركة موارده فى العملية الإنتاجية .
- عوامل أخرى، مثل السياسات الاقتصادية والاجتماعية .

وهنا يأتى دور النظام الاقتصادى هل سيترك توزيع الناتج بين أفراد المجتمع ليتم وفقاً للتوزيع التلقائى للدخول الشخصية والذى يتوقف على كمية ونوعية الموارد المملوكة للفرد وأسعار تلك الموارد، أم سيقوم النظام الاقتصادى بإحداث تعديلات فى توزيع الدخل والناتج من خلال العوامل الأخرى المتمثلة فى السياسات الاقتصادية والاجتماعية .

ومن هنا سيكون النظام الاقتصادى أمام عدة خيارات تتراوح ما بين :

هل سيكون هناك تفاوت كبير فى توزيع الدخل بأن يأخذ الأغنياء أكثر بكثير من الفقراء؟، أم هل يجب تحقيق التوزيع العادل أو المتساوى للدخل بين جميع أفراد المجتمع؟

وفى جميع الأحوال فإنه يتعذر إزالة الفوارق الدخلية الناشئة عن تباين نوعية وكمية الموارد التى يمتلكها الأفراد بطريقة تلقائية ، بل وأن الاختلافات فى الدخل دائماً تكون مطلوبة لتحفيز العاملين على أداء أنواع العمل المختلفة، والتى خلقها الله بطبيعتها مختلفة من عمل لآخر.

أى أن النظام الاقتصادى لأى المجتمع لن يقر التفاوت المطلق لتوزيع الدخل، ولن يستطيع أن يحقق العدالة المطلقة لتوزيع الدخل. ومن ثم سيقر النظام الاقتصادى نمط توزيع الدخل الذى يحقق الكفاءة الاقتصادية فى الإنتاج والاستهلاك وفى تشغيل الموارد الاقتصادية .

٤) زيادة الطاقة الإنتاجية للاقتصاد القومى أو الحفاظ عليها:

يؤدى النظام الاقتصادى هذه الوظيفة من خلال تحديد الوسائل والسياسات الكفيلة بالحفاظ على مستوى الطاقة الإنتاجية للاقتصاد القومى أو العمل على نموها. ويقصد بالحفاظ على الطاقة الإنتاجية للاقتصاد القومى تجنب أية أضرار يمكن أن تلحق بالموارد الاقتصادية المتاحة للاقتصاد القومى، ومحاولة تعويض أى نقص قد يلحق بالكميات المتاحة من بعض الموارد. ويقصد بزيادة الطاقة الإنتاجية زيادة كمية الموارد الاقتصادية المتاحة ، مع التحسين المستمر فى الأساليب الإنتاجية . إذ يمكن زيادة القوى العاملة عن طريق زيادة السكان، ويمكن تحسين كفاءة العمل عن طريق الإنفاق على رأس المال البشرى (التعليم والتدريب والإنفاق الصحى) ، كما يمكن زيادة مقدار رأس المال المادى عن طريق تشجيع الادخار وتوجيه المدخرات إلى مشروعات تزيد من الإنتاج والدخل، كما يترتب على تحسين أساليب الإنتاج الحصول على قدر أكبر من الناتج باستخدام نفس مقدار الموارد الاقتصادية المتاحة .

وتجدر الإشارة إلى أن وظائف النظام الاقتصادى السابق تحليلها هى وظائف متداخلة ومتكاملة يصعب تحليل أى منها بصورة منفصلة ، ومن ثم يصعب وضع إطار زمنى مرحلى لتلك الوظائف.

الباب الثانى

آلية السوق الحر

- تحليل الطلب والعـرض السـوقى
- مـــرونات الطلب والعـــرض
- تـــوازن الســـــوق

مقدمــة:

منذ قديم الزمان استقر فى أذهان العامة ولازال أن السوق هو المكان الذى يجتمع فيه البائعين والمشترين لمجموعات مختلفة من السلع، واكتسبت السوق أسمها من اسم المكان الذى تعقد فيه ، أو من الزمان الذى تعقد فيه، فهناك سوق الحميدية وسوق العتبة، وسوق الأحد، وسوق الثلاثاء،... وهكذا. وإذا ما أردنا تحليل السوق بهذا المفهوم، نجد أنه قد يستحيل ذلك لأن السوق بهذا المفهوم تشتمل على مجموعات غير متجانسة من العارضين ومجموعات غير متجانسة من المستهلكين، بل وتشتمل على سلع غير متجانسة. وحتى يمكن التحليل نعزل كل مجموعة متجانسة من العارضين والمشترين لسلع معينة، ونطلق عليها سوق. يقترن أسمها بالسلعة المقصودة مع تحديد دقيق لزمان ومكان تلك السوق، كأن نقول سوق السيارات فى الشرقية فى الأسبوع الأول من شهر أكتوبر ٢٠٠٢، أو سوق السيارات فى مدينة الزقازيق فى الأسبوع الثانى من شهر أكتوبر ٢٠٠٢، أو السوق العالمى للسيارات فى الأسبوع الثالث من شهر أكتوبر ٢٠٠٢... وهكذا.

المفهوم الاقتصادى للسوق:

إن مفهوم السوق ليس واضح المعالم تماماً كما قد يبدو، لأن معظم الأسواق غير محددة تحديداً دقيقاً جغرافياً ومادياً، ويعد اصطلاح السوق إلى حد ما فكرة تجريدية غامضة يستخدمها الاقتصاديون للتعبير عن التفاعل بين البائعين والمشترين، ومن ثم فإنه ليس من الضرورى أن يتضمن السوق منطقة جغرافية معينة، ويعتبر السوق نظاماً أو هيكلاً يُسهل عمليات التبادل بين مختلف الوحدات الاقتصادية (الأفراد، الأسر، منشآت الأعمال، الحكومة، المنظمات الخيرية،....).

ينصرف مفهوم السوق إلى مجموعة من العناصر تتمثل فى وجود شيء قابل للتبادل بين المتعاملين فى السوق، وقد يكون هذا الشيء موضوع التبادل فى السوق مُنتَّج (سلعة أو خدمة)، أو مورد اقتصادى، أو أصل من

الأصول المالية، أو أصل من الأصول النقدية. وينقسم المتعاملين فى السوق ما بين : جانب الطلب ويتمثل فى مجموع المستهلكين فى السوق ومحددات سلوكهم، وجانب العرض ويتمثل فى مجموع المنتجين أو العارضين فى السوق ومحددات سلوكهم. ومن ثم فإن هناك نوعاً من التفاعل سيحدث فى السوق ما بين جانب الطلب وجانب العرض يتحدد على أثره السعر الذى سيسود السوق، ويقبله جانب الطلب (المشترين) وجانب العرض (البائعين)[1]، وعندما تصل السوق إلى هذا السعر يقال أن السوق فى وضع توازن.

استقر الاقتصاديون على تقسيم هياكل السوق[2] إلى أربعة نماذج هى : سوق المنافسة الكاملة، سوق الاحتكار الكامل (المطلق)، سوق المنافسة الاحتكارية، سوق احتكار (منافسة) القلة.

سوق المنافسة الكاملة Perfect Competition :

تتميز سوق المنافسة الكاملة بعدة خصائص هى:

- عدد كبير من المنتجين والمشترين، وصغر حجم معاملات كل منهم بالنسبة لحجم التعامل الكلى فى السوق.
- تجانس وحدات السلعة التى ينتجها جميع المنتجين.
- حرية دخول منشآت جديدة فى الصناعة وحرية خروج أخرى منها .
- المعرفة التامة بظروف السوق. أى يكون جميع المنتجين والمشترين على علم بالسعر السائد فى السوق، ويكون جميع المنتجين على نفس المستوى من العلم بمصادر مستلزمات الإنتاج وأسعارها، والتوزيع الجغرافى للطلب على المنتج، وأيضاً يكون المستهلكين على نفس المستوى من العلم بالتوزيع الجغرافى للمنتجين لنفس المنتج، ويجب أن يتساوى جميع المنتجين فى درجة معرفتهم بظروف السوق، وكذلك المستهلكين.

---

(١) لاتقتصر عمليات التبادل فى السوق على البائعين والمشترين فقط، إذ يتسع مفهوم السوق لإمكانية، وجود طرف ثالث كالسماسرة والوكلاء.....

(٢) سيتم تحليل هياكل السوق الأربعة بصورة تفصيلة في الباب الخامس من هذا الكتاب.

سوق المنافسة الاحتكارية Monopolistic Competition :

تتميز سوق المنافسة الاحتكارية بعدة خصائص، وتتمثل فى الآتى :

- عدد كبير من المنتجين والمشترين.
- عدم تجانس السلعة التى ينتجها جميع المنتجين، ولكن كل منها يكون بديل قريب جداً من منتجات الآخرين، ولكنها لا تصل إلى درجة البديل الكامل.
- حرية دخول منشآت جديدة فى الصناعة، وحرية خروج أخرى منها.
- لا يشترط توافر المعرفة التامة بظروف السوق.

احتكـار القلـة Oligopoly :

تتميز سوق احتكار القلة بعدة خصائص، هى:

- عدد قليل من المنتجين يتنافسون على إشباع طلب المشترين فى السوق.
- قد تكون السلعة التى ينتجها المنتجون العاملون فى هذه الصناعة :
  - سلعة متجانسة أو متماثلة تماماً مثل الحديد، أو الصلب، أو الأسمنت من نوع معين.
  - سلعة غير متجانسة مثل السيارات، والثلاجات، والسجائر، والمكيفات.
- تكون حرية دخول منشآت جديدة لهذه الصناعة مقيدة نوعاً ما.
- لا يشترط توافر المعرفة التامة بظروف السوق.

الاحتكـار البحـت Monopoly :

تتميز سوق الاحتكار البحت بعدة خصائص، هى:

- مُنتج واحد فقط وعدد كبير من المشترين، وفى هذه الحالة فإن المشروع يمثل الصناعة لأن مثل هذه الصناعة لا يعمل بها غير هذا المشروع الوحيد[1].
- تجانس وحدات السلعة التى تنتج فى هذه الصناعة.
- إنعدام حرية دخول منشآت جديدة لهذه الصناعة.
- المعرفة عدم توافر بظروف السوق.

---

(١) يطلق على هذه الحالة إحتكار بيع أو احتكارات جانب الإنتاج أو العرض، وعلى الجانب الآخر يمكن أن يظهر الاحتكار البحت فى جانب الشراء أو جانب الطلب عندما يقتصر جانب الطلب على هذه السلعة على مشترى واحد فقط..

وسيقتصر اهتمامنا في هذا الباب علي تحليل التوازن في سوق المنافسة الكاملة، وتتميز هذه السوق بأنه إذا ما حدث إختلال يبعد السوق عن وضع التوازن فقد تتكفل السوق باستعادة التوازن بصورة تلقائية وهو ما يطلق عليه التوازن المستقر، وإذا ما حدث إختلال يبعد السوق عن وضع التوازن، قد تتجه السوق إلى مزيد من الاختلال والابتعاد عن وضع التوازن وهو ما يطلق عليه التوازن غير المستقر، وتتوقف حالة استقرار التوازن للسوق من عدمه على ميل كلٍ من منحنى الطلب والعرض، كما سنرى بعد قليل.

ويتضح لنا مما سبق أن للسوق عناصرها الأربعة التالية :

١- الشيء موضوع التداول فى السوق. قد يكون مُنتَّج نهائى أو مُنتَّج وسيط أو مدخل من مدخلات الإنتاج الأولية أو مورد من الموارد الاقتصادية.

٢- جانب الطلب فى السوق (المستهلكين).

٣- جانب العرض فى السوق (المنتجين أو مالكى الموارد ومدخلات الإنتاج).

٤- السعر السائد (التوازنى) فى السوق.

يمثل الطلب والعرض شقى المقص فى السوق، ويكون وجود أحدهما سبباً فى وجود الآخر، فإذا كان العرض أو الإنتاج وليد الطلب، فإن الإنتاج هو مصدر توليد الدخول للأفراد، وبالتالى فإن العرض أو الإنتاج سيكون هو الآخر سبب وجود الطلب. وسيتم تحليل كلٍ من هذين الجانبين بصفة فردية على النحو التالى:

١: تحليل الطلب:

يعبر جانب الطلب فى السوق عن سلوك المستهلكين والتى تعبر عنها قراراتهم الشرائية، وتكون هذه القرارات وليدة رغبات واتجاهات المستهلكين وقدراتهم الشرائية، ويعد الطلب متغيراً هاماً للنشاط الاقتصادى لأنه لن يكون هناك إنتاج بدون وجود طلب، ومن ثم يكون تحليل الطلب على جانب كبير من الأهمية، وسنبدأ تحليل جانب الطلب بتعريف مفهوم الطلب، نُتبعه بتحليل لتغيرات محددات الطلب، وتتبع أثر هذه التغيرات على اتجاه انتقال منحنى الطلب فى السوق.

١-١: مفهوم الطلب:

ويعَّرف الطلب بأنه الجدول الذى يبين الكميات المختلفة من المنتج (سلعة أو خدمة) التى يرغب المستهلكون ويقدرون على شرائها عند سلسلة من الأسعار خلال فترة زمنية معينة، ويعبر جدول الطلب عن خطط المشترين أو ما يستهدف المستهلكون شرائه من السلعة أو الخدمة فى السوق.

ويرى "ريتشارد هـ. ليفتويش" أن الطلب مفهوم تعظيمى Maximum Concept فهو يمثل أقصى كميات يشتريها المستهلكون عند مختلف الأسعار خلال فترة زمنية محددة، ويمكن تعريف الطلب أيضاً بأنه يمثل

أقصى قدر من الأسعار التى يرغب المستهلكون فى دفعها لشراء مختلف الكميات خلال فترة زمنية محددة[1].

قانون الطلب :

يمثل قانون الطلب العلاقة المعتادة المتكررة عبر الزمن بين السعر والكمية المطلوبة من المُنتَّج، وهى عادة علاقة عكسية (سالبة)، فعندما ينخفض سعر المُنتج تزداد الكمية المطلوبة منه فى السوق، وعندما يرتفع سعر هذا المُنتَّج تنخفض الكمية المطلوبة منه فى السوق. ويمكن التعبير عن تلك العلاقة بين السعر والكمية المطلوبة والتي يطلق عليها "قانون الطلب"، فى صورة جدول أو منحنى أو دالة رياضية.

جدول الطلب :

يمكن توضيح العلاقة العسكية القائمة بين السعر والكمية المطلوبة فى صورة جدول يشتمل على جميع الكميات التى يكون المستهلكين راغبين وقادرين على شرائها عند جميع الأسعار المختلفة الممكنة فى السوق، ويمكن توضيح تلك العلاقة من خلال الجدول رقم (١-٣)، وهو يمثل جدول افتراضى للطلب على السيارات فى محافظة الشرقية خلال شهر سبتمبر ٢٠٠٢.

---

(١) " The demand curve is a maximum concept, it represents the maximum quantities per unit of time that consumers will take at varies prices, the demand curve can be viewed also showing the maximum prices which consumers will pay for different quantities per time".

- Richard H. Leftwich, ***The Price System and Reseource Allocation*** (Illinois: Dryden Press, Inc., 1970) PP. 31-32.

تأتى فكرة المفهوم التعظيمى للطلب، من خلال الأساليب المختلفة المستخدمة لتحليل سلوك المستهلك سواء كان ذلك:

- نظرية المنفعة الحدية Marginal Utitity Theory.
- نظرية منحنيات سواء Indifference Curves Theory.
- نظرية التفضيل المستبان Revaled Perfrence Theory.

حيث أنه باستخدام أى من تلك الأساليب يتم الوصول إلى توازن المستهلك، والذى يتحقق دائماً عند أقصى كمية يمكن للمستهلك شرائها بما يعظم الإشباع (المنفعة) المكتسبة للمستهلك فى ظل ظروف المستهلك والظروف السائدة فى السوق فى فترة زمنية محددة، ومن ثم يتم إشتقاق دالة طلب المستهلك على المُنتَّج باستخدام أى من تلك الأساليب.

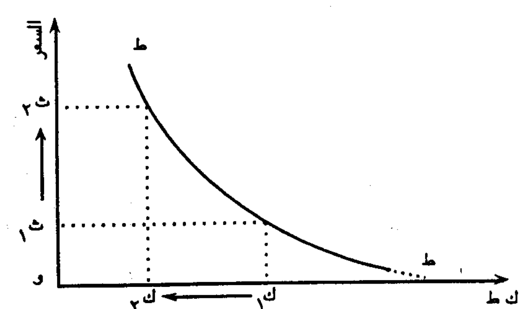
جدول رقم (١-٣)
جدول الطلب

السعر ث = الف جنيه	الكمية المطلوبة ك ط
١٢٠	٢٥٠٠
١٠٠	٣٠٠٠
٨٠	٤٠٠٠
٦٠	٥٠٠٠
٤٥	٦٠٠٠
٣٥	٨٥٠٠
٢٥	١٢٠٠٠

منحى الطلب :

يعد منحنى الطلب الصورة البيانية لقانون الطلب، وقد جرى العرف بين الاقتصاديين على تمثيل السعر على المحور الرأسى، وتمثيل الكمية المطلوبة على المحور الأفقى، وعادة ينحدر منحنى الطلب من أعلى إلى أسفل جهة اليمين، أى أنه منحنى سالب الميل، وذلك لوجود العلاقة العكسية المعتادة بين السعر والكمية المطلوبة. وذلك كما يوضحه الشكل رقم (١-٣).

شكل رقم (١-٣)
منحنى الطلب



وتجدر الإشـارة إلى أن منحنى الطلب الذى نقـوم بدراسـتـه هنا هو منحنى طلب السوق، ويعبر عن جملة ما يطلبه جميع المستهلكون (المشترون)

للمُنتَّج عند كل سعر فى السوق، ويمثل منحنى طلب السوق المجموع الأفقى لمنتجات طلب المستهلكين المكونين لسوق المُنتَّج.

دالة الطلب :

تعبر دالة الطلب عن الصيغة الرياضية لقانون الطلب، ويمكن أن تأخذ دالة الطلب صورة رياضية خطية بسيطة[1] على شكل معادلة اتجاه عام ذات ميل سالب، تكون بالصورة التالية :

$$ك_ط = أ - ب ث$$

حيث أن :

أ = تمثل الجزء المقطوع من المحور الأفقى فى دالة الطلب.
وهى تمثل أقصى كمية يطلبها المستهلكين من السلعة عندما يكون سعرها صفر.

ب = تمثل ميل منحنى الطلب.
أى معدل التغير فى الكمية المطلوبة بالنسبة لتغير السعر.
وتكون (ب) سالبة، لأنها تعبر عن الميل السالب لمنحنى الطلب.

$ك_ط$ = الكمية المطلوبة، وهى تمثل المتغير التابع فى دالة الطلب.

ث =السعر، وهو يمثل المتغير المستقل (المفسر) فى دالة الطلب.

١-٢ :محددات الطلب:

توجد عدة عوامل تحدد موقع منحنى الطلب، فيما إذا كان سيظل ثابتاً على وضعه أم سينتقل من مكانه إلى اليمين أو إلى اليسار، وعندما ينتقل منحنى الطلب جهة اليمين فإن هذا يعنى زيادة الطلب، أى أن جميع الكميات المطلوبة ستزداد عند الأسعار السائدة فى السوق. وعندما ينتقل محنى الطلب جهة اليسار، فإن هذا يعنى نقص الطلب، أى أن جميع الكميات

(١) يمكن أن تكون دالة الطلب غير خطية أى دالة أسية، وكذلك يمكن أن تكون دالة الطلب دالة مركبة تشتمل على عدة متغيرات مفسرة (مستقلة) تعبر عن محددات الطلب السوقى.

المطلوبة تنخفض عند الأسعار السائدة فى السوق، ولعل أهم تلك المحددات[1]:

* عدد المستهلكين.
* الأذواق أو تفضيلات المستهلكين.
* الدخل النقدى للمستهلكين.
* أسعار السلع البديلة والمكملة.
* توقعات المستهلكين بالنسبة للمستقبل.

١) عدد المستهلكين :

يتزايد عدد المستهلكين لمُنتَّج ما (سلعة أو خدمة) فى السوق عندما يتزايد عدد السكان أو عندما يحدث تطوير للمُنتَّج بحيث ينجذب إليه مستهلكين جدد، وعندئذ يزداد الطلب على المُنتَّج أى ينتقل منحنى الطلب جهة اليمين لمنحنى الطلب الأصلى.

وعندما يحدث تناقص فى عدد السكان أو تظهر منتجات جديدة منافسة للمُنتَّج فينسحب جزء من مستهلكى هذا المُنتَّج إلى تلك المنتجات الجديدة، وعندئذ ينخفض الطلب على المُنتَّج أى ينتقل منحنى الطلب جهة اليسار إلى منحنى الطلب الأصلى.

٢) الأذواق أو تفضيلات المستهلكين :

يقصد بالأذواق أو تفضيلات المستهلكين ما يطلق عليه بـ "الموضة" أى ميل المستهلكين إلى السلعة أو نفورهم عنها بسبب عوامل نفسية وشخصية بحتة، وتتأثر الأذواق بالمستوى التعليمى والثقافى والاجتماعى لأفراد المجتمع، وتتأثر الأذواق كذلك بالعادات والتقاليد السائدة فى المجتمع، وكذلك بالإعلان والترويج.

---

(١) هناك محددات أخري تؤثر في الطلب مثل الإعلان والترويج، ولكن نظراً لأن تحليلنا الحالي للطلب يتم في إطار المنافسة الكاملة وقواعد السوق الحر، حيث لا تكون هناك حاجة للإنفاق علي الإعلان والترويج من قبل المنشآت، بينما يبرز دور الإعلان والترويج بصورة متزايدة في الأسواق الاحتكارية، لذلك فسيتم إهمال هذا المحدد في هذه المرحلة من التحليل.

وإذا أظهر المستهلكون تفضيلاً متزايداً للمُنتَّج (سلعة أوخدمة) يقال أن الأذواق تغيرت فى صالح هذا المُنتَّج فيشتد إقبال المستهلكين عليه ويزداد الطلب على هذا المُنتَّج وينتقل منحنى الطلب إلى اليمين، أى أن المستهلكين يرغبون فى شراء كميات أكبر من المُنتَّج عند أى سعر من الأسعار السائدة فى السوق.

وإذا أظهر المستهلكون تفضيلاً متناقصاً للمُنتَّج (سلعة أو خدمة) يقال أن الأذواق تغيرت فى غير صالح هذا المُنتَّج، فيزهد المستهلكون هذا المُنتَّج، وينخفض الطلب عليه وينتقل منحنى الطلب إلى اليسار، أى أن المستهلكين يرغبون فى شراء كميات أقل من المُنتَّج عند أى سعر من الأسعار السائدة فى السوق.

٣) الدخول النقدية للمستهلكين:

يتوقف مقدار الدخل النقدى لأى فرد من المستهلكين على مقدار الموارد المتاحة لهذا المستهلك والتى تدر عوائد نقدية عليه، ولا يتوقف مقدار العوائد النقدية المتولدة عن الموارد على كميات الموارد المتاحة ولكن كذلك على الأسعار السائدة فى السوق لتلك الموارد. فيمكن لشخص ما أى يحصل على أجر مقابل خدمات العمل التى يؤديها للغير، وكذلك يمكنه الحصول على إيجارات كعوائد لمورد الأرض المملوك له، ويمكنه أيضاً الحصول على أسعار فائدة لرأس المال المملوك إليه، ويمكنه الحصول على ربح نظير قيامه بأعمال تنظيمية فى منشآت الإنتاج، ولايشترط أن يكون للفرد دخول من جميع تلك الموارد فيمكن أن يكون دخل الفرد معتمداً على مورد واحد فقط من الموارد الاقتصادية.

ويترتب على زيادة الدخول النقدية للمستهلكين زيادة الطلب على السلع العادية، ومن ثم ينتقل منحنى الطلب على تلك السلع جهة اليمين. ويترتب

على انخفاض الدخول النقدية للمستهلكين نقص الطلب على السلع العادية، ومن ثم ينتقل منحنى الطلب على تلك السلع جهة اليسار. وتعد معظم السلع المتداولة فى السوق من السلع العادية، إلا أن هناك استثناءات لهذا الوضع، فهناك نوع من السلع يطلق عليها السلع الرديئة أو السلع الدنيا يكون تأثير التغير فى الدخول النقدية للمستهلكين على الطلب عليها بعلاقة مغايرة لما هو حادث بالنسبة للسلع العادية، إذ يترتب على زيادة الدخول النقدية للمستهلكين نقص الطلب على السلع الدنيا أو الرديئة، بينما يترتب على انخفاض الدخول النقدية للمستهلكين زيادة الطلب على تلك السلع، ولعل من أمثلة تلك السلع الخبز ووجبات منتجات الفول.

٤) أسعار السلع الأخرى :

يتأثر الطلب على مُنَتَّج معين بأسعار السلع الأخرى ذات العلاقة بهذا المُنَتَّج، وترتبط المنتجات ببعضها إذا كانت منتجات بديلة، أو إذا كانت منتجات متكاملة.

فبالنسبة للمنتجات البديلة سيؤدى ارتفاع سعر إحدهما إلى زيادة الطلب على الأخرى، بينما سيترتب على انخفاض سعر إحداهما نقص الطلب على السلعة الأخرى. فإذا كان المُنَتَّج الذى ندرس الطلب عليه هو سلعة اللحوم، فسنلاحظ أن ارتفاع سعر الأسماك سيؤدى إلى زيادة الطلب على اللحوم (برغم ثبات سعر اللحوم)، ومن ثم ينتقل منحنى الطلب على اللحوم جهة اليمين، وعندما سينخفض سعر الأسماك سيؤدى إلى انخفاض الطلب على اللحوم (برغم ثبات سعر اللحوم)، ومن ثم ينتقل الطلب على اللحوم جهة اليسار.

وبالنسبة للمنتجات المتكاملة سيؤدى ارتفاع سعر احداهما إلى نقص الطلب على السلعة الأخرى، وسيترتب على انخفاض سعر إحداهما زيادة

الطلب على السلعة الأخرى. فإذا كان المُنتَّج الذى ندرس الطلب عليه هو السيارات، فسنلاحظ أن ارتفاع سعر البنزين سيؤدى إلى نقص الطلب على السيارات (برغم ثبات سعر السيارات)، ومن ثم ينتقل منحنى الطلب على السيارات جهة اليسار، وعندما ينخفض سعر البنزين سيؤدى إلى زيادة الطلب على السيارات (برغم ثبات سعر السيارات)، ومن ثم ينتقل منحنى الطلب على السيارات جهة اليمين.

٥) توقعات المستهلكين فى المستقبل:

تعد التوقعات من العناصر الهامة ذات التأثير على الطلب الحالى، حيث أن الطلب الحالى للمستهلكين على أية سلعة يتأثر بتوقعات المستهلكين لاتجاه سعر السلعة فى المستقبل، وأيضا لاتجاه دخولهم النقدية فى المستقبل، وتوقعاتهم بالنسبة لمدى توافر السلعة فى المستقبل، وكذلك توقعات المستهلكين بالنسبة للاتجاه العام للتقدم التكنولوجى للسلعة نفسها.

*** بالنسبة لتوقعات المستهلكين للأسعار :**

تكون ذات تأثير موجب (طردى) على الطلب، حيث تؤدى توقعات المستهلكين بارتفاع سعر السلعة فى المستقبل الى زيادة الطلب الحالى عليها (نتيجة لتخزين السلعة للاستفادة من سعرها المنخفض حاليا)، بينما تؤدى توقعات المستهلكين بانخفاض سعر السلعة فى المستقبل الى نقص الطلب الحالى عليها (نتيجة لتأجيل الشراء حاليا والانتظار للاستفاده بالسعر المنخفض فى المستقبل).

*** بالنسبة لتوقعات المستهلكين لدخولهم النقدية :**

تكون ذات تأثير موجب (طردى) على الطلب، حيث تؤدى توقعات المستهلكين بارتفاع دخولهم فى المستقبل الى زيادة الطلب الحالى على السلعة لأن ذلك يدفع بالمستهلكين للاقتراض حاليا سحبا على زيادة الدخل

المتوقعة، فى حين أن توقعات المستهلكين بانخفاض دخولهم فى المستقبل ستؤدى الى نقص الطلب الحالى على السلعة وذلك لاضطرار المستهلكين لاستقطاع جزء من دخلهم الحالى وإدخاره لمواجهة نقص الدخل المتوقع.

*** بالنسبة لتوقعات المستهلكين لمدى توافر المُنتَّج :**

يؤدى توقع المستهلكين بعدم توافر السلعة فى المستقبل أو التوقع بحدوث عجز فى المعروض منها فى المستقبل الى زيادة الطلب الحالى على السلعة وذلك لتخزينها لمواجهة العجز المتوقع فى المستقبل .

*** بالنسبة لتوقعات المستهلكين للا تجاه العام للتقدم التكنولوجى للسلعة:**

اذا توقع المستهلكين حدوث تحسن فى جودة السلعة فى المستقبل أو ظهور موديلات أكثر كفاءة من السلعة - نتيجة انتشار أخبار التحسن التكنولوجى للسلعة - يترتب على ذلك انخفاض الطلب الحالى على السلعة (نتيجة لتأجيل الطلب الحالى انتظارا لجنى ثمار التحسن التكنولوجى المتوقع)، وتظهر أثار هذا العامل واضحة تماما بالنسبة للسيارات وأجهزة الكمبيوتر ومعظم الأجهزة الكهربائية.

٢ :تغير الكمية المطلوبة وتغير الطلب[١]:

يلاحظ أنه عندما يتغير سعر المُنتَّج مع ثبات العوامل الأخرى المحددة للطلب، فإن جدول ومنحنى الطلب يظل ثابتاً، ولكن يترتب على ذلك الانتقال من نقطة لأخرى على نفس منحنى الطلب، وهو ما يطلق عليه التحرك على منحنى الطلب، أى تتغير الكمية المطلوبة من المُنتَّج دون أن يتغير الطلب عليه، ويكون ذلك بسبب تغير سعر المُنتَّج فقط.

ولكن عندما يتغير واحد أو أكثر من العوامل المحددة للطلب على المُنتَّج

---

(١) التحرك (أو الإنتقال) على منحنى الطلب وتحرك (أو إنتقال) منحنى الطلب.

فإن جدول ومنحنى الطلب يتغير سواء بالزيادة أو النقصان، وهو ما يطلق عليه تحرك منحنى الطلب، أى أن جميع الكميات المطلوبة تتغير عند نفس مستويات الأسعار السابقة (الثابتة)، أو أن جميع الأسعار تتغير عند نفس مستويات الكميات المطلوبة السابقة (الثابتة)، ويطلق علي ذلك تغير الطلب.

ويمكن تلخيص علاقات محددات الطلب بزيادة الطلب (تحريك منحنى الطلب جهة اليمين) أو نقصه (تحريك منحنى الطلب جهة اليسار) فى الجدول رقم (٢-٣).

جدول رقم (٢-٣)
ملخص علاقات محددات الطلب بزيادة ونقص الطلب

محددات الطلب	زيادة الطلب	نقص الطلب
١: أذواق وتفضيلات المستهلكين	تغير الأذواق فى صالح السلعة	تغير الأذواق فى غيرصالح السلعة
٢: عدد المستهلكين	زيادة عدد المستهلكين	نقص عدد المستهلكين
٣: الدخل النقدى :		
* السلع العادية .	زيادة الدخل النقدى	نقص الدخل النقدى
* السلع الرديئة .	نقص الدخل النقدى	زيادة الدخل النقدى
٤: أسعار السلع الأخرى :		
* أسعار السلع البديلة .	إرتفاع سعر السلعة البديلة	إنخفاض سعر السلعة البديلة
* أسعار السلع المكملة .	إنخفاض سعر السلعة المكملة	إرتفاع سعر السلعة المكملة
٥: توقعات المستهلكين :		
* توقعات سعر السلعة .	توقع إرتفاع السعر	توقع إنخفاض السعر
* توقعات الدخل النقدى	توقع زيادة الدخل النقدى	توقع إنخفاض الدخل النقدى
* توقعات وفرة السلعة	توقع عدم توافر السلعة	
* توقعات التقدم التكنولوجى		توقع التحسن التكنولوجى

وتجدر الإشارة إلى أنه ليس من الضرورى أن تتغير كل المحددات لينتقل منحنى الطلب، ولكن يكفى أن يتغير أحد تلك المحددات أو بعضها دون تغير الآخرى. وفى حالة تغير جميع تلك المحددات أو عدد منها فى

الوقت، لايكون تغيرها بالضرورة فى إتجاه واحد، بل فى الغالب سيكون تغير بعضها فى الاتجاه الذى يؤدى إلى زيادة الطلب، وتغير البعض الآخر سيكون فى الاتجاه الذى سيؤدى إلى نقص الطلب، وهنا سَيُحَدِد الآثر الصافى إتجاه تغير الطلب.

فإذا كانت أثار تغيرات المحددات فى اتجاه زيادة الطلب أقوى من أثار تغيرات المحددات فى إتجاه نقص الطلب سيكون الأثر النهائى زيادة الطلب.

وإذا كانت أثار تغيرات المحددات فى إتجاه نقص الطلب أقوى من أثار تغيرات المحددات فى اتجاه زيادة الطلب سيكون الأثر النهائى نقص الطلب.

ويمكن التعرف على تأثيرات محددات الطلب على انتقالات منحنيات الطلب من خلال التحليل التالى :

٢-١ : زيادة الطلب :

يمكن القول بأنه قد حدثت زيادة فى الطلب على المُنتَّج عندما يكون الأثر الصافى لتغيرات محددات الطلب فى اتجاه زيادة الطلب، ويتحقق ذلك فى حالتين:

أ - عندما تزداد الكميات المطلوبة من المُنتَّج عند نفس سلسلة الأسعار، وهذا يعنى أن المستهلكون يقررون شراء كميات أكبر من المُنتَّج عند نفس الأسعار.كما يوضحه الجدول رقم (٣-٣/أ)، والشكل رقم (٣-٢/أ).

ب - عندما ترتفع الأسعار ويظل المستهلكون يشترون نفس الكميات التى كانوا يشترونهاعند سلسلة الأسعار السابقة، وهذا يعنى أن المستهلكون يقررون شراء نفس الكميات برغم إرتفاع الأسعار، كما يوضحه الجدول رقم (٣-٣/ب)، والشكل رقم (٣-٢/ب).

جدول رقم (٢-٢)
زيادة الطلب

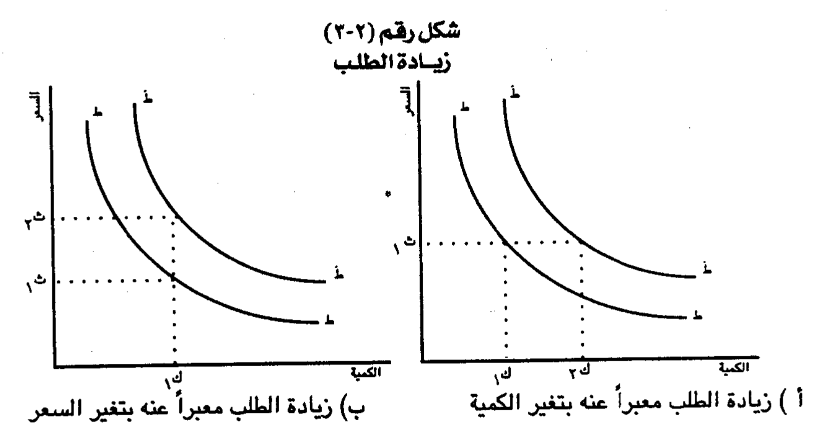
ث	ك.ط	ك.طَ
٦٠	٥٠٠	٥٨٠
٥٨	٥٥٠	٦٢٠
٥٦	٦٠٠	٦٦٠
٥٤	٦٥٠	٧٠٠

(أ) : زيادة الطلب معبراً عنه بتغير الكمية

ث	ك.ط	ثَ١
٦٠	٥٠٠	٦٥
٥٨	٥٥٠	٦٣
٥٦	٦٠٠	٦١
٥٤	٦٥٠	٥٦

(ب) : زيادة الطلب معبراً عنه بتغير السعر

شكل رقم (٢-٢)
زيـادة الطلب



أ) زيادة الطلب معبراً عنه بتغير الكمية

ب) زيادة الطلب معبراً عنه بتغير السعر

٢-٢ : نقص الطلب :

يمكن القول بأنه قد حدث نقص الطلب على المُنتَّج عندما يكون الأثر الصافى لتغيرات محددات الطلب فى اتجاه نقص الطلب، ويتحقق ذلك فى حالتين:

أ - عندما تنخفض الكميات المطلوبة من المُنتَّج عند نفس سلسلة الأسعار، وهذا يعنى أن المستهلكون يقررون شراء كميات أقل من المُنتَّج عند نفس الأسعار. كما يوضحه الجدول رقم (٤-٣/أ)، والشكل رقم (٣-٣/أ).

جدول رقم (٤-٣)
نقص الطلب

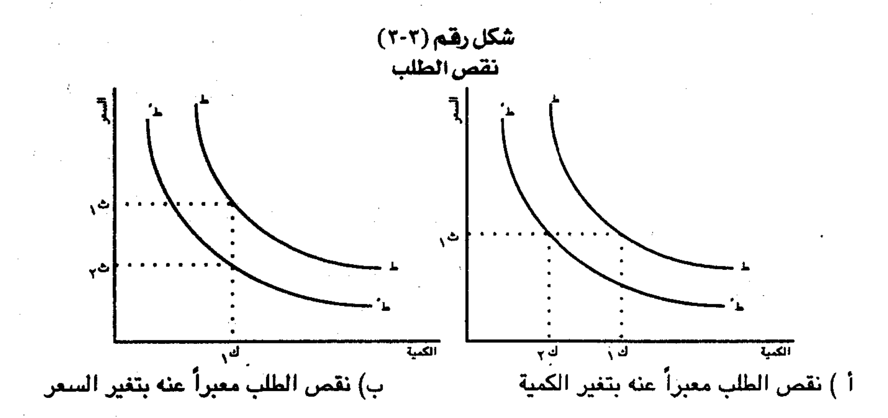
(أ) : نقص الطلب معبراً عنه بتغير الكمية

ث	ك.ط	ك.طَ
٦٠	٥٠٠	٤٧٠
٥٨	٥٥٠	٥١٠
٥٦	٦٠٠	٥٥٠
٥٤	٦٥٠	٥٩٠

(ب) : نقص الطلب معبراً عنه بتغير السعر.

ث	ك.ط	ثَ
٦٠	٥٠٠	٥٧
٥٨	٥٥٠	٥١
٥٦	٦٠٠	٤٧
٥٤	٦٥٠	٤٣

شكل رقم (٢-٣)
نقص الطلب



أ) نقص الطلب معبراً عنه بتغير الكمية — ب) نقص الطلب معبراً عنه بتغير السعر

ب - عندما تنخفض الأسعار ويظل المستهلكون يشترون نفس الكميات عند سلسلة الأسعار السابقة، وهذا يعنى أن المستهلكون يقررون شراء نفس الكميات برغم إنخفاض الأسعار. كما يوضحه الجدول رقم (٤-٣/ب) والشكل رقم (٣-٣/ب).

٣ :تحليل العرض:

يعبر جانب العرض فى السوق عن سلوك المنتجين والتى تعبر عنها قرارات وسياسات الإنتاج داخل المنشآت، وسنبدأ تحليل جانب العرض بتعريف مفهوم العرض، نُتبعه بتحليل لتغيرات محددات العرض، وتتبع أثر هذه التغيرات على اتجاه انتقال منحنى العرض فى السوق.

٣-١ : مفهوم العرض :

يمثل العرض الكميات المختلفة من المُنتَّج التى يكون المنتجون راغبين وقادرين على إنتاجها - بهدف البيع[١] - عند سلسلة الأسعار المختلفة فى السوق خلال فترة زمنية معينة، ويعبر جدول العرض عن خطط المنتجين أو ما يستهدف المنتجين إنتاجه من المُنتَّج فى السوق.

ويعرف "ريتشارد هـ. ليفتويش" العرض بأنه أقصى كميات يرغب المنتجون (البائعون) فى عرضها فى السوق عند مختلف الأسعار فى فترة زمنية معينة، ويضيف أن العرض يمكن أن يعبر عن أدنى الأسعار المختلفة التى يقبلها المنتجون وتجعلهم يقبلون عرض الكميات المختلفة من المُنتَّج فى السوق خلال فترة زمنية معينة[٢].

قانون العرض :

يمثل قانون العرض العلاقة المعتادة المتكررة عبر الزمن بين السعر والكمية المعروضة من المُنتَّج، وهى عادة علاقة طردية (موجبة)، فعندما ينخفض سعر المُنتَّج تنخفض الكمية المعروضة منه فى السوق، وعندما يرتفع سعر المُنتَّج تزداد الكمية المعروضة منه فى السوق. ويمكن التعبير عن تلك العلاقة بين السعر والكمية المعروضة والتى يطلق عليها "قانون العرض" فى صورة جدول أو منحنى أو دالة رياضية.

جدول العرض :

يمكن توضيح العلاقة الطردية بين السعر والكمية المعروضة فى صورة جدول يشتمل على جميع الكميات التى يكون المنتجين راغبين وقادرين على

---

(١) هنا يجب التفرقة بين الإنتاج بغرض البيع وهو ما يطلق عليه مفهوم العرض، وبين الإنتاج بغرض الاستهلاك الذاتى والذى لايدخل فى مفهوم العرض، كأن يقوم المزارع بتخصيص مساحة من الأرض لزراعة بعض الخضروات التى تكفى احتياجات أسرته فقط، ومن ثم فإن هذا الإنتاج لن يدخل السوق، ومن ثم لن يدخل ضمن العرض السوقى من الخضروات.

(٢) Richard H. Leftwich, Op.Cit., PP. 30-31.

إنتاجها عند جميع الأسعار المختلفة الممكنة فى السوق، ويمكن توضيح تلك العلاقة من خلال الجدول رقم (٦-٣)، وهو يمثل جدول افتراضى للعرض من سلعة السيارات فى محافظة الشرقية خلال شهر سبتمبر ٢٠٠٢.

جدول رقم (٦-٣)
جدول العرض

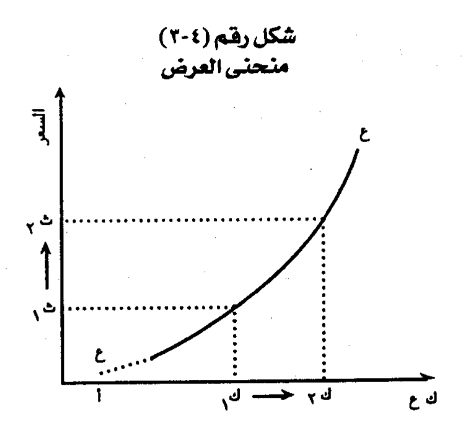
السعر ث = الف جنيه	الكمية المعروضة ك ع
١٢٠	١٥٠٠٠
١٠٠	١٢٠٠٠
٨٠	٧٥٠٠
٦٠	٥٠٠٠
٤٥	٤٠٠٠
٣٥	٣٠٠٠
٢٥	٢٥٠٠

منحنى العرض :

يعد منحنى العرض الصورة البيانية لقانون العرض، وقد جرى العرف بين الاقتصاديين على تمثيل السعر على المحور الرأسى، وتمثيل الكمية المعروضة على المحور الأفقى، وعادة ينحدر منحنى العرض من أسفل لأعلى جهة اليمين، أى أنه منحنى موجب الميل، وذلك لوجود العلاقة الطردية المعتادة بين السعر والكمية المعروضة، وذلك كما يوضحه الشكل رقم (٤-٣).

وتجدر الإشارة إلى أن منحنى العرض الذى نقوم بدراسته هنا هو منحنى عرض السوق، ويعبر عن جملة ما ينتجه جميع المنتجون لهذا المُنتَّج عند كل سعر من سلسلة الأسعار السائدة فى السوق، ويمثل منحنى عرض السوق المجموع الأفقى لمنحنيات عرض المنتجين الأفراد المكونين لسوق المُنتَّج.

شكل رقم (٤-٢)
منحنى العرض



دالة العرض :

تعبر دالة العرض عن الصيغة الرياضية لقانون العرض، ويمكن أن تأخذ دالة العرض صورة رياضية خطية بسيطة[1] على شكل معادلة إتجاه عام ذات ميل موجب، تكون على الصورة التالية :

$ك_ع = أ + ب ث$

حيث أن :

أ = تمثل الجزء المقطوع من المحور الأفقى فى دالة العرض.
وهى تمثل أدنى كمية يمكن أن ينتجها (يعرضها) المنتجون من المُنتَج (سلعة أو خدمة) عندما يكون سعرها صفر.

ب = تمثل ميل منحنى العرض.
أى معدل التغير فى الكمية المعروضة بالنسبة لتغير السعر.
وتكون (ب) موجبة، لأنها تعبر عن الميل الموجب لمنحنى العرض.

$ك_ع$ = الكمية المعروضة، وهى تمثل المتغير التابع فى دالة العرض.

ث = السعر، وهو يمثل المتغير المستقل (المفسر) فى دالة العرض.

---

(١) كما أشرنا بالنسبة لدالة الطلب، فإن دالة العرض كذلك يمكن أن تكون دالة غير خطية، ويمكن أن تكون دالة مركبة تشتمل على عدة متغيرات مفسرة (مستقلة) تعبر عن محددات العرض السوقى.

٣-٢: محددات العرض:

هناك عدة عوامل تحدد موقع منحنى العرض، فيما إذا كان سيظل ثابتاً مكانه، أم سينتقل من مكانه إلى يمين منحنى العرض الأصلى أم سينتقل إلى يساره، وعندما ينتقل منحنى العرض جهة اليمين فإن هذا يعنى زيادة العرض، أى أن جميع الكميات التى يرغب المنتجون فى عرضها فى السوق ستزداد عند الأسعار السائدة فى السوق، وعندما ينتقل منحنى العرض جهة اليسار فإن هذا يعنى نقص العرض أى أن جميع الكميات التى يرغب المنتجون فى عرضها فى السوق ستنخفض عند الأسعار السائدة فى السوق، ولعل أهم تلك المحددات:

- عدد المنتجين.
- التكنولوجيا أو أساليب الإنتاج.
- أسعار مدخلات الإنتاج.
- أسعار السلع الأخرى المتنافسة على نفس الموارد.
- توقعات المنتجين بالنسبة للأسعار فى المستقبل.

١) عدد المنتجين :

من البديهى أن زيادة عدد المنشآت المنتجة فى صناعة ما سيؤدى إلى زيادة عرض منتجات هذه الصناعة فى السوق، أى أن منحنى العرض سينتقل جهة اليمين مع زيادة عدد المنتجين. بينما سيترتب على خروج بعض المنشآت من صناعة ما انخفاض عرض منتجات الصناعة فى السوق، أى أن منحنى العرض سينتقل جهة اليسار مع نقص عدد المنتجين.

٢) التكنولوجيا أو أساليب الإنتاج :

يمكن تعريف التكنولوجيا بأنها مخزون المعارف المتعلقة بفنون وطرق الإنتاج للمُنتَّج، ويتحسن مستوى التكنولوجيا أو أساليب الإنتاج بزيادة الاستثمار فى البحث والتطوير. وفى الدول المتقدمة يأخذ البحث والتطوير

أهمية متقدمة فى أولويات المنشآت والحكومات، ولذلك فإن هذه الدول تجنى باستمرار ثمار التقدم التكنولوجى متمثلاً فى زيادة حجم الإنتاج، وتحسن مستوى جودة الإنتاج فى نفس الوقت، وكذلك كلما تحسنت التكنولوجيا كلما انخفضت تكاليف إنتاج المنتجات. ومن ثم فإن التغير التكنولوجى عادة ما يؤدي إلى زيادة العرض، ومن ثم انتقال منحنى العرض جهة اليمين.

حيث يُمكِن التقدم التكنولوجى المنشآت من عرض كميات أكبر من السلعة عند نفس الأسعار السائدة فى السوق، أو عرض نفس الكميات السابق عرضها بالسوق بأسعار تقل عن تلك الأسعار التى كانت سائدة فى السوق.

٣) تكاليف الإنتاج :

تتحدد تكاليف الإنتاج التى تتحملها المنشأة أساساً وفقاً لأسعار مدخلات الإنتاج التى تستخدمها المنشأة، ويضاف إلى ذلك الضرائب والإعانات الحكومية.

أ – أسعار مدخلات الإنتاج :

يتأثر منحنى العرض لأى مُنتَج بالتغيرات التى تحدث فى أسعار الموارد ومدخلات الإنتاج، وذلك لأن أسعار الموارد والمدخلات تؤثر مباشرة فى تكاليف الإنتاج، وبالتالى تؤثر فى الأرباح المتحققة للمنشآت.

فعندما ترتفع أسعار الموارد والمدخلات، ترتفع تكاليف الإنتاج مما يؤدى إلى نقص عرض المُنتَج ومن ثم انتقال منحنى العرض جهة اليسار. وعندما تنخفض أسعار المدخلات تنخفض تكاليف الإنتاج، مما يؤدى زيادة عرض المُنتَج ومن ثم انتقال منحنى العرض جهة اليمين. فمثلاً عندما ترتفع أجور العمالة الزراعية ستؤدى إلى انتقال منحنى عرض القطن جهة اليسار، وعندما تنخفض أجور العمالة الزراعية ستؤدى إلى انتقال منحنى عرض القطن جهة اليمين.

ب- السياسة المالية :

تتأثر المنشأة بالسياسة المالية للدولة فى اتجاهين :

الأول: الضـرائب : حيث تؤدى زيادة الضـرائب إلى زيادة تكاليف الإنتـاج، وبالتـالى نقص العرض، بينمـا يؤدى نقص الضـرائب إلى خـفض تكاليف الإنتاج، وبالتالى زيادة العرض.

الثانى: إعانات الإنتاج : حيث تؤدى زيادة إعانات الإنتاج المقدمة للمنشآت إلى خـفض تكاليف الإنتـاج، وبالتـالى زيادة العـرض، بينمـا يؤدى خـفض إعانات الإنتاج إلى زيادة تكاليف الإنتاج، وبالتالى نقص العرض.

٤) انخفاض أسعار السلع الأخرى المتنافسة على نفس الموارد:

عندمـا يتم إنتاج بعض السلع باستـخدام نفس الموارد فـسيتـرتب على تغير سعر بيع إحدى تلك السلع تغير عرض السلع الأخرى فى السوق.

فـإذا افتـرضنا أن السلعـة التى ندرس العـرض لهـا هـى سلعـة القطن فـسنلاحظ أن ارتفـا ع سـعـر الأرز فى السـوق سيـؤدى إلى انخـفـاض إنتـاج وعرض سلعة القطن فى السوق، ومن ثم سينتقل منـحنى عرض القطن جهة اليـسار. بينما قـد يؤدى انخفـاض سـعر الأرز فى السـوق إلى زيادة إنتـاج وعرض القطن فى السوق، ومن ثم سينتقل منحنى عرض القطن جهة اليمين.

٥) توقعات المنتجين للأسعار فى المستقبل:

تؤثر توقعات المنتجين عن أسعار منتجاتهم والتى يمكن أن تسود السوق فى المستقبل على الإنتاج الجارى من المُنتِّج، فعندما يتوقع المنتجون ارتفا ع أسعار منتجاتهم فى المستقبل فسيقومون بزيادة إنتاجهم الجارى، ومن ثم ينتقل منحنى العرض جهة اليمين. وعندما يتوقع المنتجون انخفاض أسعار منتجاتهم فى المستقبل فسيقومون بخفض إنتاجهم الجارى، ومن ثم ينتقل منحنى العرض جهة اليسار.

وتجدر الإشارة إلى أن الطريقة التى تؤثر بها توقعات الأسعار فى المستقبل على منحنى العرض الجارى فى السوق لاتكون قابلة للتعميم فى جميع الحالات، فقد يؤدى توقع ارتفاع سعر الأرز فى المستقبل إلى قيام المزارعين بتخزين جزء من إنتاجهم الجارى (دون رغبة فى زيادة الإنتاج الجارى) ومن ثم ينخفض العرض الجارى فى السوق. وقد يؤدى توقع ارتفاع سعر بيع المنتجات الصناعية إلى قيام المنتجين بزيادة إنتاجهم الجارى ووضع الإنتاج الزائد فى المخازن انتظاراً لطرحه فى السوق عندما يرتفع السعر فى المستقبل، ومن ثم لايتأثر العرض الجارى بالزيادة أو النقص ويظل ثابتاً على ما هو عليه.

٤: تغير الكمية المعروضة وتغير العرض[١]:

يلاحظ أنه عندما يتغير سعر المُنتَّج مع ثبات العوامل الأخرى المحددة للعرض، فإن جدول ومنحنى العرض يظل ثابتاً، ولكن يترتب على ذلك الانتقال من نقطة لأخرى على نفس منحنى العرض وهو ما يطلق عليه التحرك على منحنى العرض، أي تتغير الكمية المعروضة من المُنتَّج دون أن يتغير العرض، ويكون ذلك بسبب تغير سعر المُنتَّج فقط.

ولكن عندما يتغير واحد أو أكثر من العوامل المحددة للعرض فإن جدول ومنحنى العرض يتغير سواء بالزيادة أو النقصان وهو ما يطلق عليه تحرك منحنى العرض، أى أن جميع الكميات المعروضة تتغير عند نفس مستويات الأسعار السابقة (الثابتة)، أو أن جميع الأسعار تتغير عند نفس مستويات الكميات السابقة (الثابتة)، ويطلق على ذلك تغير العرض.

ويمكن تلخيص علاقات محددات العرض بزيادة العرض (تحريك منحنى العرض جهة اليمين) أو نقصه (تحريك منحنى العرض جهة اليسار) فى الجدول رقم (٧-٣).

---

(١) التحرك (أو الانتقال) على منحنى العرض وتحرك (أو انتقال) منحنى العرض.

جدول رقم (٧-٣)

ملخص علاقات محددات العرض بزيادة ونقص العرض

محددات العرض	زيادة العرض	نقص العرض
١- عدد المنتجين ٢: مستوى التكنولوجيا (أساليب الإنتاج)	زيادة عدد المنتجين التقدم التكنولوجي (تحسن أساليب الإنتاج)	انخفاض عدد المنتجين التدهور التكنولوجي (تخلف أساليب الإنتاج)
٣: تكاليف الإنتاج	انخفاض تكاليف الإنتاج بسبب : - انخفاض أسعار الموارد (مدخلات الإنتاج) - تحسن أساليب الإنتاج - انخفاض الضرائب - زيادة الدعم الحكومى	ارتفاع تكاليف الإنتاج بسبب : - ارتفاع أسعار الموارد (مدخلات الإنتاج) - تخلف أساليب الإنتاج - ارتفاع الضرائب - انخفاض الدعم الحكومى
٤: أسعار السلع الأخرى * أسعار السلع المتنافسة على نفس الموارد (المدخلات)	انخفاض سعر السلع المتنافسة على نفس الموارد	ارتفاع سعر السلع المتنافسة على نفس الموارد
٥: توقعات المنتجين * توقعات سعر المُنتَج * توقعات الطلب	توقع ارتفاع السعر توقع زيادة الطلب	توقع انخفاض السعر توقع انخفاض الطلب

و تجدر الإشارة إلى أنه ليس من الضرورى أن تتغير كل المحددات لينتقل منحنى العرض، ولكن يكفى أن يتغير أحد تلك المحددات أو بعضها دون تغير الآخرى. وفى حالة تغير جميع تلك المحددات أوعدد منها فى نفس الوقت، لايكون تغيرها بالضرورة فى إتجاه واحد، بل فى الغالب سيكون تغير بعضها فى الاتجاه الذى يؤدى إلى زيادة العرض، وتغير البعض الآخر سيكون فى الاتجاه الذى سيؤدى إلى نقص العرض، وهنا سَيُحَدِد الآثر الصافى إتجاه تغير العرض.

فإذا كانت أثار تغيرات المحددات فى اتجاه زيادة العرض أقوى من أثار تغيرات المحددات فى إتجاه نقص العرض سيكون الأثر النهائى زيادة العرض.

وإذا كانت أثار تغيرات المحددات فى إتجاه نقص العرض أقوى من أثار تغيرات المحددات فى اتجاه زيادة العرض سيكون الأثر النهائى نقص العرض.

٤-١ : زيادة العرض :

تتحقق زيادة العرض فى سوق المُنتَّج عندما يكون الأثر الصافى لتغيرات محددات العرض فى اتجاه زيادة العرض، ويتحقق ذلك فى حالتين :

أ – عندما تزداد الكميات المعروضة من المُنتَّج عند نفس سلسلة الأسعار، وهذا يعنى أن المنتجين يقررون إنتاج كميات أكبر من المُنتَّج عند نفس الأسعار. كما يوضحه الجدول رقم (٧-٣/أ)، والشكل رقم (٥-٣/أ).

جدول رقم (٧-٣)
زيادة العرض

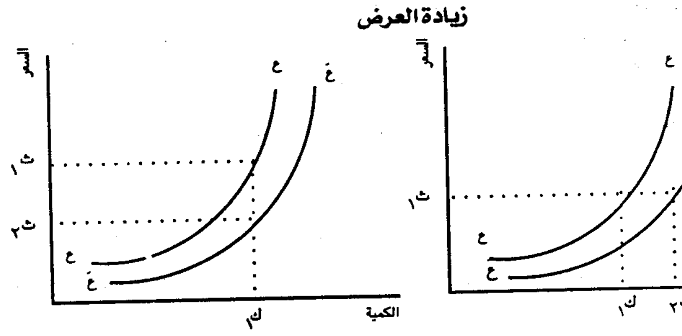
ث	ك.ع	ك عَ
٥٤	٥٠٠	٥٨٠
٥٦	٥٥٠	٦٢٠
٥٨	٦٠٠	٦٦٠
٦٠	٦٥٠	٧٠٠

(أ) : زيادة العرض معبراً عنه بتغير الكمية

ث	ك.ع	ث١
٥٤	٥٠٠	٥٢
٥٦	٥٥٠	٥٤
٥٨	٦٠٠	٥٦
٦٠	٦٥٠	٥٨

(ب) : زيادة العرض معبراً عنه بتغير السعر

شكل رقم (٥-٣)
زيادة العرض



أ) : زيادة العرض معبراً عنه بتغير الكمية

ب) : زيادة العرض معبراً عنه بتغير السعر

ب – عندما تنخفض الأسعار ويظل المنتجين ينتجون نفس الكميات السابقة، وهذا يعنى أن المنتجين يقررون إنتاج نفس الكميات برغم انخفاض الأسعار. كما يوضحه الجدول رقم (٧-٣/ب)، والشكل رقم (٥-٣/ب).

٢-٤ : نقص العرض :

يتحقق نقص العرض فى سوق المُنتَّج عندما يكون الأثر الصافى لتغيرات محددات العرض فى اتجاه نقص العرض، ويتحقق ذلك فى حالتين :

أ - عندما تنخفض الكميات المعروضة من المُنتَّج عند نفس سلسلة الأسعار، وهذا يعنى أن المنتجين يقررون إنتاج كميات أقل من المُنتَّج عند نفس الأسعار كما يوضحه الجدول رقم (٨-٣/أ)، والشكل رقم (٦-٣/أ).

ب - عندما ترتفع الأسعار ويظل المنتجين ينتجون نفس الكميات السابقة، وهذا يعنى أن المنتجين يقررون إنتاج نفس الكميات برغم ارتفاع الأسعار. كما يوضحه الجدول رقم (٨-٣/ب) والشكل رقم (٦-٣/ب).

جدول رقم (٨-٣)
نقص العرض

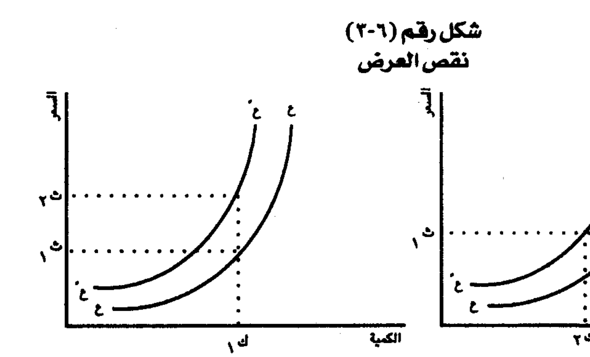
ث	ك.ع	كَ.عَ
٥٤	٥٠٠	٤٧٠
٥٦	٥٥٠	٥١٠
٥٨	٦٠٠	٥٥٠
٦٠	٦٥٠	٥٩٠

(أ) : نقص العرض معبراً عنه بتغير الكمية

ث	ك.ع	ثَ
٥٤	٥٠٠	٥٩
٥٦	٥٥٠	٦١
٥٨	٦٠٠	٦٣
٦٠	٦٥٠	٦٥

(ب) : نقص العرض معبراً عنه بتغير السعر

شكل رقم (٦-٣)
نقص العرض



أ) : نقص العرض معبراً عنه بتغير الكمية

ب) : نقص العرض معبراً عنه بتغير السعر

المرونة هى مقياس لمدى أو درجة إستجابة متغير تابع للتغيرات التى تحدث فى متغير مستقل ذات علاقة به سواء كانت تلك العلاقة موجبة أو سالبة، ويمكن التعبير عن المرونة بدرجة حساسية المتغير التابع للتغيرات التى تحدث فى متغير مستقل ذات علاقة به، وبشكل عام تعرف المرونة بأنها التغير النسبى (النسبة المئوية للتغير) فى متغير تابع مقسوماً على التغير النسبى (النسبة المئوية للتغير) فى متغير مستقل له علاقة بالمتغير التابع المشار إليه.

١ : مرونات الطلب :

تمثل مرونة الطلب التغير النسبى فى الكمية المطلوبة منسوباً للتغير النسبى فى أحد المتغيرات المؤثرة فى الطلب مثل السعر أو الدخل أو أسعار السلع الأخرى أو عدد السكان أو الإنفاق الإعلانى أو ميزانيات الحملات الترويجية أو...

فإذا كان الغرض قياس التغير النسبى فى الكمية المطلوبة من المُنتَّج منسوباً للتغير النسبى فى سعر نفس المُنتَّج نكون بصدد قياس مرونة الطلب السعرية الذاتية، وإذا كان الغرض قياس التغير النسبى فى الكمية المطلوبة من المُنتَج منسوباً للتغير النسبى فى سعر مُنتَّج آخر (بديل أو مكمل) نكون بصدد قياس مرونة الطلب السعرية التقاطعية، وإذا كان الغرض قياس التغير النسبى فى الكمية المطلوبة من المُنتَّج منسوباً للتغير النسبى فى الدخل النقدى للمستهلكين نكون بصدد قياس مرونة الطلب الدخلية، وإذا كان الغرض قياس التغير النسبى فى الكمية المطلوبة من المُنتَج منسوباً للتغير النسبى فى عدد السكان نكون بصدد قياس مرونة

الطلب للسكان، وإذا كان الغرض قياس التغير النسبى فى الكمية المطلوبة من المُنتَج منسوباً للتغير النسبى فى الإنفاق الإعلانى نكون بصدد قياس مرونة الطلب للإعلان، وإذا كان الغرض قياس التغير النسبى فى الكمية المطلوبة من المُنتَج منسوباً للتغير النسبى فى ميزانيات الحملات الترويجية نكون بصدد قياس مرونة الطلب للحملات الترويجية.....، وهكذا يمكن حساب مرونة الطلب بالنسبة لكل متغير من المتغيرات المستقلة المؤثرة فى دالة الطلب، ولعل أكثر مقاييس مرونة الطلب شيوعاً هى مرونة الطلب السعرية Price Elasticity of Demand ومرونة الطلب الدخلية Income Elasticity of Demand.

١-١ : مرونة الطلب السعرية :

تقيس مرونة الطلب السعرية مدى أو درجة إستجابة الكمية المطلوبة من المُنتَج (سلعة أو خدمة) للتغير فى السعر، سواء كان هذا السعر هو سعر المُنتَج نفسه فيطلق على مقياس المرونة هنا مرونة الطلب السعرية الذاتية Own-price Elasticity of Demand أو سعر مُنتَج آخر (بديل أو مكمل) فيكون مقياس المرونة هنا مرونة الطلب السعرية التقاطعية Cross-Price Elasticity of Demand.

١-١-١ : مرونة الطلب السعرية الذاتية :

تعد أكثر مقاييس المرونة شيوعاً، وتقيس التغير النسبى فى الكميات المطلوبة من سلعة ما مقسومة على التغير النسبى فى سعر السلعة نفسها. فهى تعد مقياس لمدى استجابة الكمية المطلوبة من المُنتَج للتغير مع تغيرات سعر نفس السلعة.

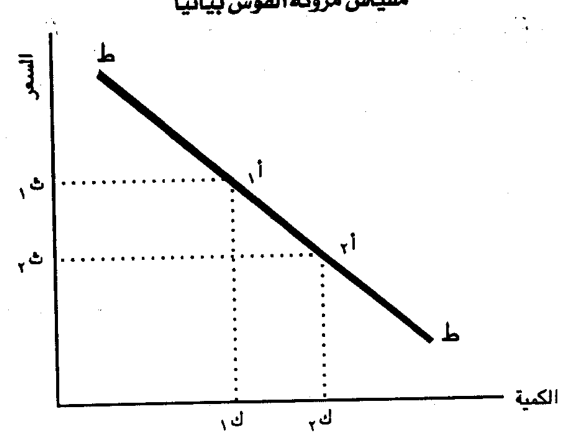
$$م_ط = \frac{\text{نسبة التغير فى الكمية المطلوبة من سلعة ما (السلعة س)}}{\text{نسبة التغير فى سعر نفس السلعة (السلعة س)}}$$

وهناك صيغتان رياضيتان لحساب مرونة الطلب هما مرونة القوس، ومرونة النقطة :

مرونة القوس :

تقيس المرونة فوق مجال معين غالباً يكون بين نقطتين على منحنى الطلب.

شكل رقم (١-٤)
مقياس مرونة القوس بيانيا



$$م_ط = \frac{ك_2 - ك_1}{ك_1} \div \frac{ث_2 - ث_1}{ث_1} \qquad (١)$$

حيث : $م_ط$ = مرونة الطلب السعرية الذاتية.

ك = الكمية المطلوبة من السلعة.

ث = ثمن أو سعر نفس السلعة.

ويمكن حساب مرونة القوس عند منتصف المسافة بين النقطتين $أ_1$، $أ_2$ على منحنى الطلب :

$$م_ط = \frac{ك_2 - ك_1}{\frac{ك_1 + ك_2}{٢}} \div \frac{ث_2 - ث_1}{\frac{ث_1 + ث_2}{٢}} \qquad (٢)$$

$$م_ط = \frac{ك_٢ - ك_١}{ك_١ + ك_٢} \div \frac{ث_٢ - ث_١}{ث_١ + ث_٢} \quad (٣)$$

مرونة النقطة :

تقيس المرونة فى نقطة معينة على منحنى الطلب وفى أغلب الأحوال يتم حساب مرونة النقطة باستخدام حساب التفاضل.

ولما كانت $ك_٢ - ك_١ = \Delta ك$، $ث_٢ - ث_١ = \Delta ث$ نقوم بصياغة المعادلة رقم (١) على النحو التالى :

$$م_ط = \frac{\Delta ك}{ك} \div \frac{\Delta ث}{ث} \quad (٤)$$

$$م_ط = \frac{\Delta ك}{ك} \times \frac{ث}{\Delta ث} \quad (٥)$$

$$م_ط = \frac{\Delta ك}{\Delta ث} \times \frac{ث}{ك} \quad (٦)$$

وبالتالى فإن الصيغة الرياضية لمعادلة مرونة الطلب فى المعادلة رقم (٦) تمثل مرونة النقطة، حيث يمثل الجزء الأول $\frac{\Delta ك}{\Delta ث}$ تفاضل دالة الطلب بالنسبة لسعر معين، أو ميل منحني الطلب عند نقطة معينة، بينما يمثل الجزء الثانى $\frac{ث}{ك}$ السعر المقصود مقسوماً على الكمية المقابلة له. وحتى يمكن استخدام هذه الصيغة يجب أن تتوافر لدينا الصيغة الرياضية لدالة الطلب على السلعة أو الخدمة المراد حساب المرونة لها.

وتجدر الإشارة هنا إلى أنه لحساب مرونة الطلب يكون أمامنا إحدى الصيغ الثلاث فى المعادلات (١)، (٣)، (٦) وكل منهم تلائم طريقة للحساب تتلائم ونوعية البيانات المتاحة عن دالة الطلب، فيما إذا كانت البيانات المتاحة فى صورة

سلسلة زمنية محسوبة فى جدول فتكون الصيغة الملائمة مرونة القوس [المعادلات (١) أو (٣)]، أما إذا كانت البيانات المتاحة فى صورة دالة رياضية مقدرة للطلب فتكون الصيغة الملائمة مرونة النقطة [المعادلة (٦)].

حالات مرونة الطلب السعرية الذاتية:

هناك خمس حالات لمرونة الطلب السعرية الذاتية، تتراوح ما بين الصفر (٠) ومالانهاية (∞). ويلاحظ أن القيمة المحسوبة لمرونة الطلب السعرية الذاتية دائماً تكون سالبة، لأن علاقة السعر بالكمية المطلوبة علاقة عكسية دائماً بالنسبة للسلع العادية، أى أن ميل منحنى الطلب لتلك السلع يكون سالب الميل. ولكن عند تحديد حالات مرونة الطلب السعرية الذاتية يكون الأساس القيمة المطلقة (أى القيمة المحسوبة بعد إهمال الإشارة السالبة).

وتتمثل الحالات الخمس لمرونة الطلب السعرية الذاتية فى الحالات التالية :

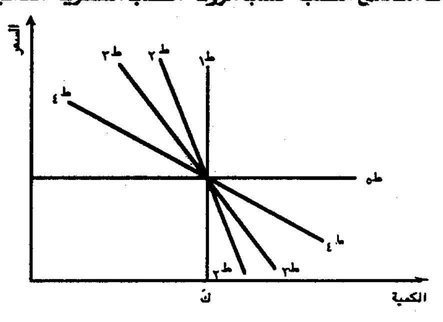
١) طلب عديم المرونة : تتحقق هذه الحالة عندما تكون القيمة المطلقة لمرونة الطلب السعرية الذاتية = صفر، ويمثله المنحنى $ط_١$ بالشكل رقم (٢-٤).

٢) طلب قليل المرونة (غير مرن) : تتحقق هذه الحالة عندما تكون القيمة المطلقة لمرونة الطلب السعرية الذاتية أقل من الوحدة | م ط | < ١. ويوضحه المنحنى $ط_٢$ $ط_٢$ بالشكل رقم (٢-٤)

٣) طلب متكافئ المرونة: تتحقق هذه الحالة عندما تكون القيمة المطلقة لمرونة الطلب السعرية الذاتية = ١(| م ط | = ١). ويوضحه المنحنى $ط_٣$ $ط_٣$ بالشكل رقم (٢-٤)

٤) طلب كبير المرونة (مرن): عندما تكون القيمة المطلقة لمرونة الطلب السعرية الذاتية أكبر من الوحدة |م ط| > ١. ويوضحه المنحنى $ط_٤$ $ط_٤$ بالشكل رقم (٢-٤)

شكل رقم (٢-٤)
حالات منحنى الطلب حسب مرونة الطلب السعرية الذاتية



٥) طلب لانهائى المرونة : تتحقق هذه الحالة عندما تكون القيمة المطلقة لمرونة الطلب السعرية الذاتية لتلك السلع مالانهاية | م ط| = ∞.
ويوضحه المنحنى طه بالشكل رقم (٢-٤).

العوامل المؤثرة على مرونة الطلب السعرية الذاتية:

هناك مجموعة من العوامل تؤثر على القيمة المطلقة لمعامل مرونة الطلب، وبالتالى فإنه عند دراسة المرونة بالطلب يكون من الضرورى دراسة سلوك تلك العوامل فى الماضى وتوقع سلوكها فى المستقبل، وهذه العوامل هى :

١) عدد البدائل المتاحة للسلعة ودرجة كمال البدائل :

فإذا كان هناك عدد كبير من السلع البديلة لسلعة ما، فإن الطلب على تلك السلعة يكون كبير المرونة (مرناً)، مثل الحليب والصابون، والتليفزيونات... حيث توجد أنواع عديدة من كل منها تعد بدائل شبه تامة، ولكن يجب التنبه إلى أن طلب السوق الكلى على سلعة.

ولكن عندما تكون السلع البديلة غير تامة التبادل تنخفض المرونة، مثال ذلك الصابون والمنظفات الصناعية الآخرى، أو الحليب والمرطبات الآخرى كالبيبسى والسفن أب والكوكاكولا، والتلفزيون والفيديو وأسعار تذاكر السينما...

وعندما تنخفض عدد البدائل للسلعة يكون الطلب على السلعة غير مرن مثل مادة الأنسولين لمرضى السكر، وإذا وصلت السلعة للدرجة التى لا يكون لها بديل سيكون الطلب عليها عديم المرونة.

٢) نسبة إلمنفق على السلعة من دخل المستهلك :

فكلما إنخفضت نسبة المنفق على السلعة من دخل المستهلك كلما كان الطلب قليل المرونة (غير مرن)، فالطلب على ملح الطعام أو الكبريت لغير المدخنين يكون قليل المرونة جداً لأن ما ينفق على مثل تلك السلع يشكل جزءاً ضئيلاً للغاية من دخل المستهلك.

وكلما زادت نسبة المنفق على السلعة من دخل المستهلك، كلما كان الطلب كبير المرونة (مرناً)، مثال ذلك الطلب على السيارات أو الطلب على اللحوم...

٣) تعدد إستعمالات السلعة :

فكلما تعددت استعمالات السلعة كلما كان الطلب عليها كبير المرونة (مرناً)، مثال ذلك الحذاء الذى يستخدم فى لعبة كرة القدم حيث يمكن استخدامه من جانب اللاعبين فى لعبات رياضية آخرى.

وكلما ضاقت استعمالات السلعة كلما كان الطلب عليها قليل المرونة (غير مرن)، مثال ذلك الحذاء المستخدم فى لعبة التنس حيث يقتصر استخدام هذا الحذاء على تلك اللعبة فقط

٤) الفترة الزمنية :

كلما قصرت الفترة الزمنية كلما كان الطلب قليل المرونة (غير مرن). إذ لا يستطيع المستهلكون تغيير أنماطهم الاستهلاكية وأذواقهم.

في حين أنه كلما طالت الفترة الزمنية كلما كان الطلب كبير المرونة (مرناً). حيث يتاح للمستهلكون تغيير أنماطهم الاستهلاكية وأذواقهم.

فعلى سبيل المثال إذا إرتفعت أسعار الغاز الطبيعى كثيراً (مع بقاء العوامل الأخرى على حالها)، ففى الأجل القصير سيستمر المستهلكون فى استعمال الغاز فى الأدوات المنزلية لأغراض الطهى والتدفئة، ولكن فى الأجل الطويل سيتحول المستهلكون الى استخدام الكهرباء وغيره من مصادر الطاقة.

٥) مستوى الأسعار :

يؤثر مستوى الأسعار فى القيمة المحسوبة لمرونة الطلب السعرية الذاتية بعلاقة طردية، فعند الأسعار العالية يكون الطلب على السلعة كبير المرونة (مرن)، بينما يكون الطلب على السلعة قليل المرونة (غير مرن) عند الأسعار المنخفضة.

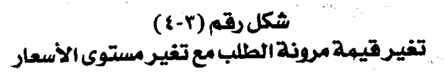
ويكون هذا الأثر واضحاً عندما يكون منحنى الطلب سالب الميل (سواء فى شكل خط مستقيم أى الميل الثابت، أم فى شكل منحنى أى الميل المتغير)، حيث:

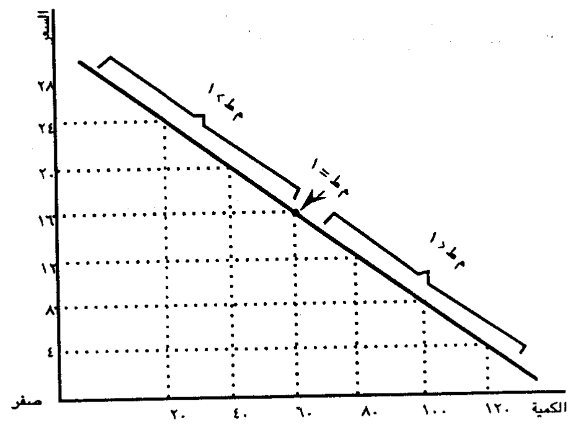
- تكون مرونة الطلب السعرية الذاتية > ١ (أى الطلب مرن) عند الأسعار المرتفعة.
- بينما تكون مرونة الطلب السعرية الذاتية < ١ (أى الطلب غير مرن) عند الأسعار المنخفضة.

وبرغم ثبات ميل منحنى الطلب، إلا أن مرونة الطلب السعرية الذاتية كانت كبيرة عند مستويات الأسعار المرتفعة، وكانت منخفضة عند مستويات الأسعار المنخفضة، كما يتضح من الشكل رقم (٣-٤).

فإذا تغير مستوى السعر للسلعة نفسها يؤدى إلى تغير مرونة الطلب السعرية الذاتية للسلعة بالصورة المعروضة سابقاً، وينطبق ذلك أيضاً على السلع التى يكون مستوى أسعارها مرتفع غالباً (مثل السلع الترفيهية) إذ تكون مرونة الطلب لتلك السلع عالية غالباً. بينما السلع التى يكون مستوى

أسعارها منخفض غالباً (مثل السلع الضرورية) تكون مرونة الطلب لتلك السلع منخفضة غالباً.


شكل رقم (٣-٤)
تغير قيمة مرونة الطلب مع تغير مستوى الأسعار



وعادة ما يكون صعباً أن نفصل كلٍ من هذه العوامل أو التأثيرات طالما أن هناك أكثر من عامل قد يؤثر على مرونة الطلب السعرية فى زمن معين وعلى سلعة أو خدمة معينة. وقد تؤثر هذه العوامل أيضاً فى نفس الاتجاه، فالملح مثلاً قليل المرونة بل يكاد يكون عديم المرونة لأن له بدائل قليلة، والمنفق عليه من دخل المستهلك يشكل جزءاً صغيراً، وأخيراً فإن عدد الاستعمالات الكامنة للملح تعتبر قليلة. وقد تؤثر هذه العوامل فى الاتجاه المضاد، فالسيارة مثلاً تمثل جزءاً كبيراً من دخل المستهلك، ولكن فى الاتجاه المضاد فإن السلع البديلة للسيارة قليلة[1].

أهمية مرونة الطلب السعرية الذاتية:

تفيد دراسة مرونة الطلب السعرية الذاتية فى جوانب عديدة من التطبيقات الاقتصادية فى الحياة العملية، ولعل أهمها الآتى:

---

(١) جى هولتن ولسون، ***الاقتصاد الجزئى: المفاهيم والتطبيقات*** (الرياض: دار المريخ، ١٩٨٧) ص١٣٢.

١) أهمية مرونة الطلب بالنسبة لسياسات التسعير فى المنشآت :

تنبع أهمية مرونة الطلب السعرية الذاتية من أنها تساعد المنشأة فى تحديد السياسة السعرية التى تعظم لها إيراداتها، أى متى تقرر المنشأة رفع أسعارها، ومتى تقرر خفض أسعارها، ومتى تقرر المحافظة على ثبات مستوى أسعار منتجاتها فى السوق.

فمن تحليل علاقة مرونة الطلب بالإيراد الكلى للمنشأة أمكن حصر البدائل المختلفة التالية وفقاً لتغيرات السعر فى الإتجاهين (الهبوط والارتفاع) عند حالات مرونة الطلب المختلفة، وذلك كما يوضحها الجدول التالى :

جدول رقم (٤-٤)
علاقة مرونة الطلب بالإيراد الكلى للمنشأة عند تغيير سعر بيع المنتج

	م ط	تأثير تغير السعر على الإيراد الكلى للمنشأة	
		أثر انخفاض السعر	أثر ارتفاع السعر
طلب عديم المرونة	صفر	↓س ك. ينخفض الإيراد	↑س ك. يزداد الإيراد
طلب قليل المرونة (طلب غير مرن)	١ >	↓س ك ↑ ينخفض الإيراد	↑س ك ↓ يزداد الإيراد
طلب متكافئ المرونة	١ =	↓س ك ↑ لايتأثر الإيراد	↑س ك ↓ لايتأثر الإيراد
طلب كبير المرونة (طلب مرن)	١ <	↓س ك ↑ يزداد الإيراد	↑س ك ↓ نخفض الإيراد
طلب لانهائي المرونة*		ــــــــــ	ــــــــــ

* لايتغير سعر المنتج، وبالتالى لاتوجد علاقة للسعر بالإيراد الكلى، حيث تتغير الكميات دون أن يكون هناك تغير فى السعر.

ومن تحليل الجدول السابق يمكن للمنشأة أن توسع الكميات المباعة فى السوق من سلعتها وبالتالى زيادة إيراداتها بإتباع السياسات السعرية التالية وفقاً لكل حالة من حالات مرونة الطلب السعرية :

- إذا كان الطلب على مُنتَّج المنشأة عديم المرونة (م ط = صفر) تكون السياسة السعرية الملائمة رفع سعر المُنتَّج، حيث أن رفع السعر لن

يقابله أى تخفيض فى الكميات المطلوبة فى السوق، وبالتالى تزداد إيرادات المنشأة.

- إذا كان الطلب على مُنتَّج المنشأة قليل المرونة (م ط < ١) : تكون السياسة السعرية الملائمة رفع سعر المُنتَّج، حيث أن رفع السعر سيقابله انخفاض فى الكميات المباعة فى السوق، ولكن (نسبة خفض الكميات المطلوبة ستكون < نسبة ارتفاع سعر السلعة)، وبالتالى تزداد إيرادات المنشأة.

- إذا كان الطلب على مُنتَّج المنشأة متكافئ المرونة (م ط = ١) : لن تكون للسياسة السعرية أى تأثير على الكميات المطلوبة من السلعة، حيث أن رفع أو خفض، سيؤدى إلى خفض أو زيادة فى الكميات المطلوبة بنفس نسبة رفع أو خفض السعر، وبالتالى لن يكون هناك أى تأثير على إيرادات المنشأة، ومن ثم يكون علي المنشأة المحافظة علي استقرار السعر دون إحداث أي تغيير فيه.

- إذا كان الطلب على مُنتَّج المنشأة كبير المرونة (م ط > ١) : تكون السياسة السعرية الملائمة خفض السعر، حيث أن خفض السعر سيقابله زيادة فى الكميات المباعة فى السوق، ولكن (نسبة زيادة الكميات المطلوبة ستكون > نسبة خفض سعر السلعة)، وبالتالى تزداد إيرادات المنشأة.

وكذلك تفيد مرونة الطلب السعرية فى تحديد سياسات التمييز الاحتكارى[١] بالنسبة للمنتج المحتكر فى السوق، إذ أن نجاح هذه السياسةالسعرية يتوقف على اختلاف مرونات الطلب بين الأسواق المختلفة التى يخطط المنتج لتطبيق هذه السياسة عليها، كذلك فإن فروق الأسعار المخططة ستعتمد على فروق مرونات الطلب السعرية.

---

(١) سيتم تناول تلك السياسة بالتحليل التفصيلي في الفصل الحادي عشر من هذا الكتاب.

٢) أهمية مرونة الطلب بالنسبة للسياسات الاقتصادية الكلية :

عندما ترغب الحكومة فى فرض ضرائب مبيعات على بعض السلع بغرض الحصول على إيرادات للموازنة العامة للدولة، تفيد مرونة الطلب السعرية فى تحديد أى السلع التى تفرض عليها الضريبة ومقدار الضريبة، حيث تكون المنتجات (سلع أو خدمات) ذات الطلب عديم المرونة أو قليل المرونة أكثر ملائمة لفرض مثل هذه الضرائب، بعكس المنتجات ذات الطلب متكافئ المرونة أو الطلب كبير المرونة...

وتفيد مرونة الطلب السعرية أيضاً فى تحديد مقدار التغيرات المطلوب إحداثها فى السعر للقضاء على فائض الطلب أو فائض العرض من مُنتَّج ما فى السوق...

٢-١-١ : مرونة الطلب السعرية التقاطعية[١] :

تقيس مرونة الطلب السعرية التقاطعية مدى إستجابة الطلب على سلعة ما للتغير فى سعر سلعة أخرى، وتعرف بأنها التغير النسبى فى الكميات المطلوبة من سلعة ما (لتكن س) مقسوماً على التغير النسبى فى سلعة أخرى (لتكن ص)، مع إفتراض بقاء الأشياء الأخرى ثابتة على حالها.

$$م_{طت} = \frac{\text{التغير النسبى فى الكمية المطلوبة من السلعة (س)}}{\text{التغير النسبى فى سعر السلعة (ص)}}$$

وتجدر الإشارة إلى أنه عند حساب مرونة الطلب السعرية التقاطعية يكون أمامنا نفس الصيغ الثلاث لمرونة الطلب السعرية الذاتية فى المعادلات (١) و(٣) و(٦) ويتم الاعتماد على أى منها بحسب نوعية البيانات المتاحة عن الطلب. مع مراعاة أن الكميات المطلوبة المستخدمة فى الحساب تخص سلعة ما (س) والأسعار المستخدمة فى الحساب تخص سلعة آخرى (ص).

---

(١) أحياناً يطلق عليها بعض الاقتصاديين مرونة الطلب السعرية التبادلية.

حالات مرونة الطلب السعرية التقاطعية:

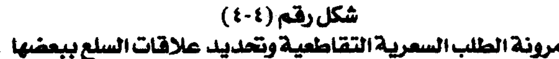
توفر لنا مرونة الطلب التقاطعية معلومات عن نوع ودرجة العلاقة بين السلع، فمن خلال القيمة المحسوبة لمرونة الطلب السعرية التقاطعية يمكن تحديد ما إذا كانت السلعتان بديلتان (أو متنافستان) يمكن إحلال إحداهما محل الآخرى، أو سلعتان مكملتان لبعضها البعض، أو سلعتان مستقلتان.

- فإذا كانت القيمة المحسوبة لمرونة الطلب السعرية التقاطعية رقماً موجباً (+) تكون السلعتان بديلتان ويوضح هذه الحالة الشكل (٤-٤/أ).

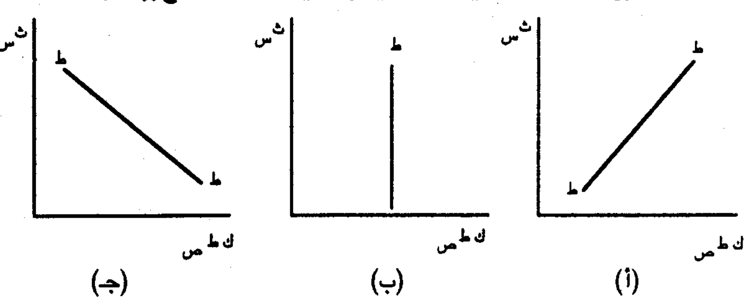
  وكلما كانت مرونة الطلب السعرية التقاطعية رقم موجباً كبيراً كلما زادت درجة التبادل بين السلعتين إلى أن تصل إلى البدائل التامة، وكلما إنخفضت قيمة مرونة الطلب السعرية التقاطعية لتصبح رقماً موجباً صغيراً كلما إنخفضت درجة التبادل بين السلعتين لتصبح بدائل غير تامة

- وإذا كانت القيمة المحسوبة لمرونة الطلب السعرية التقاطعية تساوى الصفر تكون السلعتان مستقلتان، أى أن تغير سعر إحداهما لا يؤثر فى الطلب على السلعة الآخرى ويوضح هذه الحالة الشكل (٤-٤/ب).
- وإذا كانت القيمة المحسوبة لمرونة الطلب السعرية التقاطعية رقماً سالباً (-) تكون السلعتان مكملتان ويوضح هذه الحالة الشكل (٤-٤/جـ).

  وكلما كانت مرونة الطلب السعرية التقاطعية رقماً سالباً كبيراً، كلما زادت درجة التكامل بين السلعتين، وكلما كانت مرونة الطلب السعرية التقاطعية رقماً سالباً صغيراً كلما إنخفضت درجة التكامل بين السلعتين.



شكل رقم (٤-٤)
مرونة الطلب السعرية التقاطعية وتحديد علاقات السلع ببعضها



أهمية مرونة الطلب السعرية التقاطعية :

يفيد حساب مرونة الطلب السعرية التقاطعية فى تعريف أو تحديد الصناعة (Industry) أى وضع حدود الصناعة أو المجموعة المنتجة (Product Group) فكلما كانت قيمة (م ط ت) عالية موجبة كان ذلك دليلاً على أن السلعتين تدخلان فى نفس الصناعة (أى أن أحداهما بديلاً للآخرى).

فمرونات التقاطع الموجبة المرتفعة تدل على وجود علاقات قوية بين السلع فى الصناعة نفسها، أما مرونات التقاطع الموجبة المنخفضة فتشير إلى العلاقات المحدودة (الضعيفة) بين السلع فى الصناعات المختلفة، والسلعة التى تكون مرونة تقاطع طلبها موجبة منخفضة بالنسبة للسلع الأخرى تعتبر كصناعة قائمة بذاتها.

أما مجموعة السلع ذات مرونات التقاطع المرتفعة فى داخل المجموعة، وذات مرونات التقاطع المنخفضة بالنسبة للسلع الآخرى هى مجموعة يمكن اعتبارها صناعة قائمة بذاتها فأصناف الأحذية الرجالى المتنوعة تكون لها مرونات تقاطع مرتفعة بالنسبة لبعضها، ولكن تكون لها مرونات تقاطع منخفضة بالنسبة للسلع الآخرى الخاصة بالرجال كالملابس مثلاً. وعليه تعتبر صناعة الأحذية الرجالى صناعة منفصلة وقائمة بذاتها.

غير أن استخدام مرونة تقاطع الطلب فى وضع حدود الصناعة على نحو ما تقدم يواجه كثيراً بعض الصعوبات والمشاكل، ومن هذه الصعوبات نذكر صعوبة معرفة مدى الإرتفاع فى مرونات التقاطع الذى يلزم توافره بين السلع لكى نعتبرها ضمن صناعة واحدة، فمرونات التقاطع بين بعض السلع الغذائية تكون عادة مرتفعة جداً، ومن أمثلة ذلك نذكر البازلاء المحفوظة والفاصوليا المحفوظة، ولكن إذا أخذنا فى الاعتبار مجموعة الخضروات المحفوظة ومجموعة اللحوم المحفوظة لوجدنا أن مرونة التقاطع بين المجموعتين منخفضة للغاية. ولنا أن نتساءل فى هذه الحالة عن وجود صناعة خاصة بالأغذية المحفوظة. إن الإجابة على هذا التساؤل ليس بالأمر الهين، والسبب فى ذلك يرجع إلى وجود العديد من المشاكل والصعوبات التى تواجه الباحث عند محاولة تجميع المجموعات المختلفة من الأغذية المحفوظة ضمن صناعة واحدة قائمة بذاتها يمكن أن يطلق عليها صناعة الأغذية المحفوظة.

بالإضافة إلى ما تقدم تنشأ مشكلة أخرى عند استخدام مرونة تقاطع الطلب فى تعريف الصناعة. وتتعلق هذه المشكلة بمسألة وضع سلاسل العلاقات المشتركة بين السلع. فإذا أخذنا فى الاعتبار الأنواع المختلفة لسيارات الركوب نجد أن مرونات التقاطع فيما بينها مرتفعة للغاية. بينما نجد أن مرونات تقاطع الطلب لسيارات الركوب وسيارات النقل منخفضة جداً. ولنا أن نتساءل الآن هل تعتبر سيارات الركوب بأنواعها المختلفة صناعة منفصلة تماماً عن صناعة سيارات النقل ؟ أم أن الصناعتين تدخلان ضمن صناعة واحدة يطلق عليها صناعة السيارات ؟ وهنا تتعذر الإجابة على هذا السؤال للأسباب المذكورة آنفاً.

وعموماً يمكن القول بأن مرونات تقاطع الطلب تعتبر كأداة مساعدة فقط فى تعريف حدود الصناعة الواحدة أو فى وضع حدود بين الصناعات المختلفة فى الاقتصاد القومى، فضلاً عن أن طبيعة المشكلة التى يتناولها

البـاحث هـى فى الواقع التى ترشـده نحـو وضع حـدود الصناعـة مـوضع الاعتبار[1].

ويفيد حساب مرونة الطلب السعرية التقاطعية فى حالات تطبيق قوانين "منع الاحتكار" فى بعض الدول، ففى الولايات المتحدة الأمريكية إذا إعتزمت منشـآتان اتخاذ قرار الاندماج يجب أن تثبتـا أن مـرونة الطلب السـعرية التقاطعية لمُنتَجَيهما تساوى صفراً، أى أنهما سلعتان مستقلتان[2].

لأنه إذا كانت المنشآتان اللتان تعتزمان الاندماج تنتجان مُنتَجين بديلين أو متكاملين، فإن ذلك يعنى ظهور منشـأة جديدة قوية فى مواجهة المنشـآت الآخرى العاملة فى نفس الصناعة، مما يقلل فرص المنافسة وزيادة فرص الاحتكار.

٢-١ : مرونة الطلب الدخلية :

تقيس مرونة الطلب الدخلية مدى إستجابة الكمية المطلوبة من مُنتَج ما للتغير فى مستوى الدخل النقدى للمستهلكين، وتعرف بأنها التغير النسبى فى الكميات المطلوبة من السلعة مقسوماً على التغير النسبى فى الدخل النقدى لمجموعة المستهلكين للسلعة، مع إفتراض بقاء الأشياء الآخرى ثابتة على حالها.

$$م_{ط د} = \frac{\text{التغير النسبى فى الكمية المطلوبة من السلعة}}{\text{التغير النسبى فى الدخل النقدى}}$$

(١) ريتشارد هـ. ليفتويتش ، *نظام الأسعار وتخصيص الموارد*، ترجمة : عبدالتواب اليمانى، عبدالحفيظ محمود الزليطنى (بنغازى : منشورات جامعة بنغازى، بدون) ص ص ٦١، ٦٢.

(٢) جى هولتن ولسون، مرجع سابق، ص١٣٧.

- ويقضـى قانـون كـلايتـون "Clayton Act Section 7" أن يتحـدد خـط التجـارة "Line of Commerce" فى مثل هذه الحالات، إذ يمكن تغيير حدود الصناعة، وتفيد مرونة الطلب السعرية التقاطعية فى مثل هذا التحديد.

وتجدر الإشارة إلي أنه عند حساب مرونة الطلب الدخلية يكون أمامنا نفس الصيغ الثلاث لحساب مرونة الطلب السعرية الذاتية في المعادلات (١) و (٣) و (٦) ويتم الاعتماد علي أي منها بحسب طبيعة البيانات المتاحة عن الطلب، مع مراعاة أن التغير التابع هو الكمية المطلوبة من السلعة والمتغير المستقل هو الدخل النقدي.

حالات مرونة الطلب الدخلية :

توفر لنا مرونة الطلب الدخلية معلومات عن مدى أهمية السلعة بالنسبة لمستهلكيها، فمن خلال القيمة المحسوبة لمرونة الطلب الدخلية يمكن تحديد ما إذا كانت السلعة ضرورية أو ترفيه (كمالية) أو سلعة دنيا (رديئة) لمستهلكيها.

فإذا كانت القيمة المحسوبة لمرونة الطلب الدخلية موجبة (+) تكون السلعة عادية، حيث توجد علاقة طردية بين الطلب على تلك السلع ودخول مستهلكيها، ويمكن التمييز بين ثلاث أنواع من السلع العادية.

- فعندما تكون مرونة الطلب الدخلية لتلك السلعة موجبة < ١، تكون السلعة ضرورية.
- وعندما تكون مرونة الطلب الدخلية لتلك السلعة موجبة = ١، تكون السلعة متوسطة.
- وعندما تكون مرونة الطلب الدخلية لتلك السلعة موجبة > ١، تكون السلعة ترفيه (كمالية).

أما إذا كانت القيمة المحسوبة لمرونة الطلب الدخلية سالبة (-) مهما كانت هذه القيمة السالبة تكون السلعة دنيا (رديئة)، حيث توجد علاقة عكسية بين الطلب على تلك السلع ودخول مستهلكيها.

وتجدر الإشارة إلى أن نمو الدخل الفردى يؤثر على قيمة مرونة الطلب

الدخلية، فبالرغم من أن هناك سلع بطبيعتها ضرورية لمستهلكيها مثل الأدوية وسلع بطبيعتها ترفيه لمستهلكيها مثل المجوهرات والفراء الطبيعى....، فإن هناك سلع تتطور بحسب مستوى دخل المستهلك من سلع كمالية عند مستويات الدخل الدنيا، إلى سلع متوسطة عند مستويات الدخل المتوسطة، إلى سلع ضرورية عند مستويات الدخل المرتفعة ثم تتحول إلى سلع دنيا عند مستويات الدخل الأكثر إرتفاعاً. ومن الأمثلة البارزة لهذا النوع من السلع السيارات، حيث تتيح صناعة السيارات مستويات متدرجة من السيارات ثم مستويات الدخل المختلفة.

أهمية مرونة الطلب الدخلية :

تعد مرونة الطلب الدخلية من الأدوات المساعدة فى التخطيط، سواء على المستوى القومى أو على مستوى المشروع، حيث تساعد مرونة الطلب الدخلية فى التنبؤ بالطلب على المُنتَّج فى المستقبل، ففى فترات النمو الإقتصادى والتوسع فإن النمو فى الطلب على السلع المرنة دخلياً (الكمالية) سيفوق معدل النمو فى دخول المستهلكين، بينما سيكون النمو فى الطلب على السلع غير المرنة دخلياً (الضرورية) أقل من معدل النمو فى دخول المستهلكين، ويكون معدل النمو فى الطلب على السلع متكافئة المرونة دخلياً (المتوسطة) مساوياً لمعدل النمو فى دخول المستهلكين.

ويتراجع الطلب على السلع الدنيا فى فترات النمو الاقتصادى والتوسع، بينما يتزايد الطلب على تلك السلع فى فترات الكساد والانكماش الاقتصادى.

وبالتالى فإن دراسة مرونة الطلب الدخلية يفيد فى تجنب إنشاء طاقات إنتاجية فائضة عن حاجة الاقتصاد القومى، وتجنب وجود عجز فى إنتاج بعض السلع الاستراتيجية.

٢ :مرونة العرض :

تمثل الكمية المعروضة فى دالة العرض المتغير التابع، بينما توجد عدة متغيرات مستقلة (مفسرة) فى دالة العرض تفسر التغيرات فى الكمية المعروضة. ومن ثم فإن مرونة العرض السعرية تقيس مدى استجابة الكمية المعروضة لتغيرات أى متغير من المتغيرات المستقلة فى دالة العرض. ولعل أكثر مقاييس مرونة العرض شيوعاً هو مرونة العرض السعرية الذاتية.

تقيس مرونة العرض السعرية الذاتية مدى استجابة الكمية المعروضة لتغيرات سعر نفس المُنتَّج[1]، وتحسب من خلال المعادلة التالية :

$$م_ع = \frac{\text{نسبة التغير فى الكمية المعروضة}}{\text{نسبة التغير فى السعر}}$$

وتجدر الإشارة إلى أنه لحساب مرونة العرض يكون أمامنا أحدى الصيغ الثلاث فى المعادلات (١)، (٣)، (٦) المستخدمة فى قياس مرونة الطلب مع استخدام الكمية المعروضة فى الحساب بدلاً من الكمية المطلوبة، وكل منهم تلائم طريقة للحساب تتلائم ونوعية البيانات المتاحة عن دالة العرض، فيما إذا كانت البيانات فى صورة سلسلة زمنية محسوبة فى جدول فتكون الصيغة الملائمة مرونة القوس فى المعادلات [(١) أو (٣)]، أما إذا كانت البيانات المتاحة عن دالة العرض فى صورة دالة رياضية فتكون الصيغة الملائمة مرونة النقطة [المعادلة (٦)].

حالات مرونة العرض السعرية :

وعادة تكون القيمة المحسوبة لمرونة العرض السعرية الذاتية موجبة، لأن منحنى العرض المعتاد موجب الميل حيث توجد علاقة طردية بين السعر

---

(١) لأنه من الممكن أن تعتمد الكمية المعروضة من المُنتَّج على سعره، أو سعر المنتجات الوسيطة، أو أسعار الموارد الداخلة فى إنتاج المُنتَّج، وكذلك على سعر المنتجات البديلة المتنافسة معه على نفس الموارد، ومن ثم يمكن أن تكون هناك مقاييس أخري لمرونة العرض السعرية.

والكمية المعروضة. وهناك خمس حالات لمرونة العرض تتراوح ما بين الصفر (٠) ومالانهاية (∞)، هي:

١) عرض عديم المرونة : تتحقق هذه الحالة عندما تكون القيمة المطلقة لمرونة العرض السعرية الذاتية = صفر، ويمثله المنحنى ع١ بالشكل رقم (٤-٥).

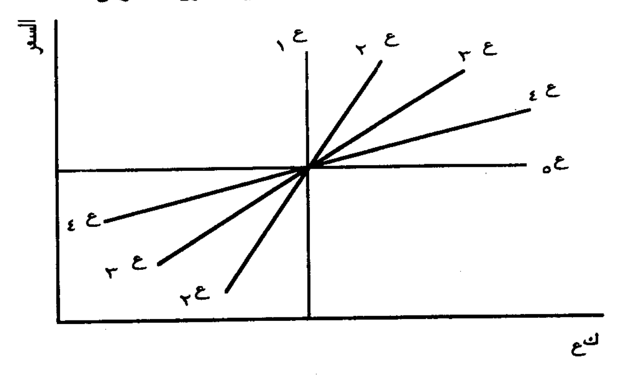
٢) عرض قليل المرونة (غير مرن) : تتحقق هذه الحالة عندما تكون القيمة المطلقة لمرونة العرض السعرية الذاتية أقل من الوحدة (م ع < ١). ويوضحه المنحنى ع٢ ع٢ بالشكل رقم (٤-٥)

٣) عرض متكافئ المرونة: تتحقق هذه الحالة عندما تكون القيمة المطلقة لمرونة العرض السعرية الذاتية = ١(م ع = ١). ويوضحه المنحنى ع٣ ع٣ بالشكل رقم (٤-٥).

٤) عرض كبير المرونة (مرن): تتحقق هذه الحالة عندما تكون القيمة المطلقة لمرونة العرض السعرية الذاتية أكبر من الوحدة (م ع > ١). ويوضحه المنحنى ع٤ ع٤ بالشكل رقم (٤-٥)

٥) عرض لانهائي المرونة: تتحقق هذه الحالة عندما تكون القيمة المطلقة لمرونة العرض السعرية الذاتية لتلك السلع مالانهاية (م ع = ∞). ويوضحه المنحنى ع٥ بالشكل رقم (٥-٤).

شكل رقم (٥-٤)
حالات منحنى العرض بحسب قيمة مرونة العرض



العوامل المؤثرة على قيمة مرونة العرض السعرية:

هناك مجموعة من العوامل التي تؤثر القيمة المحسوبة لمعامل مرونة العرض، ويكون من الضروري عند دراسة مرونة العرض أن يتم دراسة سلوك تلك العوامل في الماضي وتوقع سلوكها في المستقبل، وهذه العوامل هي:

١- الفترة الزمنية.

تعتبر الفترة الزمنية المتضمنة هامة جداً[1] فى تحديد مرونة العرض السعرية. وطالما أن العرض عبارة عن تدفق عبر الزمن فإن زيادة معدل الإنتاج يتطلب زيادة حجم المشروع وكمية المعدات المستخدمة وقوة العمل. ويتطلب ذلك فترة زمنية ممتدة، وهكذا نجد أن منحني العرض لمعظم المنتجات غير مرن فى الآجل القصير.

ولذلك فإن العرض سيكون عديم المرونة فى الأجل القصير جداً (فترة السوق)، وسيكون العرض قليل المرونة فى الأجل القصير، بينما سيكون العرض كبير المرونة فى الأجل الطويل.

٢- مدى سهولة تحويل عوامل الإنتاج بين الاستخدامات الحالية.

حيث تعتمد درجة استجابة الكمية المعروضة من السلعة لتغير السعر على قدرة المنتج على تحويل الموارد من إنتاج سلعة إلى إنتاج سلعة أخرى، وتحتاج عملية تقل الموارد بعض الوقت، إذ يصعب إتمام هذه العملية بين يوم وليلة.

ومن ثم فإنه كلما كانت عملية تحويل مدخلات الإنتاج بين استخداماتها الحالية أكثر سهولة، كلما كان العرض كبير المرونة. في حين أنه كلما كانت عملية تحويل مدخلات الإنتاج بين استخداماتها الحالية أكثر صعوبة، كلما كان العرض قليل المرونة.

---

(١) يعتبر البعض أن الفترة الزمنية هى المتغير الوحيد المحدد لقيمة مرونة العرض.

٣- **تكلفة ومدى توافر عوامل الإنتاج الإضافية.**

فكلما كان هناك فائض عرض من مدخلات الإنتاج تستخدمها الصناعة، وبالتالي فإذا أرادت المنشأة داخل الصناعة زيادة الإنتاج أمكنها الحصول علي ما تحتاجه من مدخلات إضافية بتكاليف منخفضة، ففي هذه الحالة يكون العرض كبير المرونة، وتزداد درجة المرونة كلما زاد فائض عرض المدخلات في السوق.

٤- **قابلة السلعة للتخزين :**

فكلما كانت السلعة قابلة للتخزين وكلما كانت تكاليف التخزين قليلة كان العرض كبير المرونة أى كلما كانت الكمية المعروضة أكثر استجابة للتغير فى الأسعار. وكلما كانت السلعة غير قابلة للتخزين أو كانت تكاليف التخزين مرتفعة كلما كان العرض قليل المرونة.

٥- **درجة حساسية التكاليف للتوسع فى الإنتاج :**

فعندما يكون ارتفاع تكاليف الإنتاج أسرع من توسع الإنتاج[١] يكون العرض قليل المرونة، وعندما يكون ارتفاع التكاليف أبطئ من توسع الإنتاج[٢] يكون العرض كبير المرونة. ويرجع السبب فى ذلك إلى أن ارتفاع سعر السلعة يرفع إيرادات المنشأة المنتجة فإذا ارتفعت تكلفة الإنتاج بسرعة مع زيادة الإنتاج فلن تكون الزيادة فى الأرباح مشجعة للمنشأة أن تتوسع في وإنتاجها، وبالتالى يكون العرض أقل مرونة أى أقل استجابة لارتفاع السعر.

---

(١) يتحقق ذلك إذا كانت الصناعة تخضع لمرحلة تزايد التكاليف بالنسبة للحجم (تناقص الغلة بالنسبة للحجم).

(٢) يتحقق ذلك إذا كانت الصناعة تخضع لمرحلة تناقص التكاليف بالنسبة للحجم (تزايد الغلة بالنسبة للحجم).

الفصل الخامس
تـــوازن الســـوق

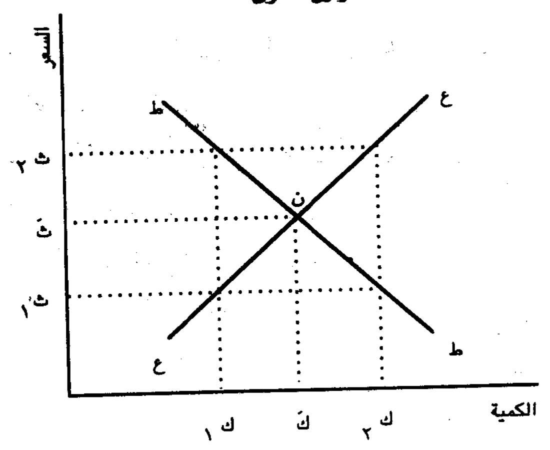
يتحقق التوازن فى السوق الحر من خلال نوع من المساومة غير المرئية بين جانب الطلب وجانب العرض، فبينما ينزل جانب الطلب (المشترون) السوق واضعاً افتراضاً من جانبه لسعر متدنى للغاية للمُنتَّج، وعلى الجانب الآخر ينزل جانب العرض (البائعون أو المنتجون) السوق واضعاً افتراضاً من جانبه لسعر مرتفع للغاية للمُنتَّج، ولكن عند هذا الوضع لن يكون هناك إتفاق بين رغبات جانبى الطلب والعرض فى السوق، فللمشترى سيجد من يبيع له بالسعر المتدنى الذى يرغب الشراء عنده، وللبائع سيجد من يشترى منه عند السعر المرتفع الذى يرغب فى البيع به. وسيكون من نتيجة ذلك أن يقوم جانب العرض بخفض مبدئى للسعر الذى يرغب البيع به، وكذلك سيقوم جانب الطلب برفع مبدئى للسعر الذى يرغب الشراء به، وهنا قد يحدث نوع من التوافق فى الرغبات بصورة جزئية بين بعض المشترين وبعض البائعين. ولكن ستظل السوق بحاجة إلى إجراء تخفيض آخر فى السعر من جانب البائعين مع ضرورة قيام المشترين برفع آخر للسعر الذى يرغبون فى الشراء عنده...، وهكذا ستستمر هذه العملية من المساومة غير المرئية إلى أن تصل السوق إلى سعر وحيد يرتضيه البائعون وكذلك يرتضيه المشترون، وعند هذا السعر تكون السوق قد وصلت إلى وضع التوازن.

١ : توازن السوق :

يتحدد الوضع التوازنى فى السوق عندما يتقاطع منحنى الطلب مع منحنى العرض، ويمثل السعر المقابل لنقطة التقاطع سعر التوازن، وتمثل الكمية المقابلة لنقطة التقاطع كمية التوازن. وعند السعر التوازنى تتساوى الكمية التى يكون المستهلكين راغبين وقادرين على شرائها مع الكمية التى يكون المنتجين مستعدين لإنتاجها وعرضها فى السوق. وعند وضع التوازن

يقال أن قوى (أو محددات) العرض متعادلة مع قوى (أو محددات) الطلب. وذلك كما يتضح من الشكل رقم (١-٥).

شكل رقم (١-٥)
توازن السوق



ومن الشكل رقم (١-٥) نجد أن توازن السوق يتحقق عند النقطة (ن) حيث يتقاطع منحنى الطلب (ط ط) مع منحنى العرض (ع ع)، ويكون السعر (ثَ) هو سعر التوازن، والكمية (كَ) هى كمية التوازن حيث تكون (ك ط = ك ع = كَ).

٢: استقرار توازن السوق:

إذا لم تتغير العوامل المحددة للعرض والطلب وظلت ثابتة على وضعها، يظل هذا الوضع التوازنى ثابتاً حيث لايكون هناك دافع لدى أى من المتعاملين فى السوق من مشترين أو بائعين لتعديل هذا الوضع. وما يضمن بقاء السوق عند هذا الوضع المستقر هو فائض (أو عجز) الطلب والعرض المتحقق عند الأسعار الأقل والأعلى من سعر التوازن. ويمكن توضيح ذلك من خلال الجدول رقم (١-٥)

جدول رقم (١-٥)
ديناميكية السعر واستقرار التوازن فى السوق

السعر	ك ط	ك ع	فائض الطلب	اتجاه استقرار التوازن
١٢٠	٢٥٠٠	١٥٠٠٠	-١٢٥٠٠	↓
١٠٠	٣٠٠٠	١٢٠٠٠	-٩٠٠٠	↓
٨٠	٤٠٠٠	٧٥٠٠	-٣٥٠٠	↓
٦٠	٥٠٠٠	٥٠٠٠	صفر	-
٤٥	٦٠٠٠	٤٠٠٠	+ ٢٠٠٠	↑
٣٥	٨٥٠٠	٣٠٠٠	+ ٥٥٠٠	↑
٢٥	١٢٠٠٠	٢٥٠٠	+ ٩٥٠٠	↑

فإذا حدث واختلت السوق ليصل سعر السلعة إلى مستوى أعلى من سعر التوازن فسيترتب على ذلك ظهور فائض عرض يضغط على الأسعار فى اتجاه الانخفاض إلى أن تعود مرة أخرى إلى سعر التوازن، فإذا نظرنا إلي الجدول رقم (٥-١) ونلاحظ أنه عند السعر ١٢٠ جنيه للوحدة من السلعة، يرغب المنتجون فى عرض ١٥٠٠٠وحدة من السلعة بينما سيطلب المستهلكون ٢٥٠٠ وحدة فقط، أى يوجد فائض عرض فى السوق يعادل ١٢٥٠٠ وحدة من السلعة، ويضغط هذا الفائض فى اتجاه خفض سعر السلعة فيصبح ١٠٠ جنيه. ولكن عند السعر ١٠٠ جنيه سيزيد المستهلكون من الكمية المطلوبة لتصبح ٣٠٠٠ وحدة من السلعة، وينخفض المنتجون الكمية المعروضة من السلعة لتصبح ١٢٠٠٠ وحدة من السلعة، ويُخفض هذا السعر لايزال هناك فائض عرض مقداره ٩٠٠٠ وحدة من السلعة ويضغط هذا الفائض فى اتجاه خفض السعر مرة أخرى ليصبح ٨٠ جنيه. ولكن عند السعر ٨٠ جنيه سيزيد المستهلكون من الكمية المطلوبة لتصبح

٤٠٠٠ وحدة من السلعة ويُخفض المنتجون الكمية المعروضة من السلعة لتصبح ٧٥٠٠ وحدة، وعند هذا السعر لايزال هناك فائض عرض مقداره ٣٥٠٠ وحدة من السلعة ويضغط هذا فائض فى اتجاه خفض سعر السلعة ليصبح ٦٠ جنيهاً. وعند السعر ٦٠ جنيه سيزيد المستهلكون الكمية المطلوبة لتصبح ٥٠٠٠ وحدة من السلعة ويُخفض المنتجون الكمية المعروضة من السلعة لتصبح ٥٠٠٠ وحدة من السلعة، ويكون فائض العرض من السلعة صفر. أى أن السوق تكون قد عادت مرة ثانية إلى وضعها التوازنى السابق.

وإذا حدث واختلت السوق ليصل سعر السلعة إلى مستوى أقل من سعر التوازن فسيترتب على ذلك ظهور فائض طلب يضغط على الأسعار فى اتجاه الارتفاع إلى أن تعود مرة أخرى إلى سعر توازن السوق. فإذا نظرنا إلى الجدول رقم (١-٥) نلاحظ أنه عند السعر ٢٥ جنيه للوحدة من السلعة فإن المنتجين يرغبون فى عرض ٢٥٠٠ وحدة من السلعة بينما يطلب المستهلكون ١٢٠٠٠وحدة من السلعة، ويكون هناك فائض طلب مقداره ٩٥٠٠ وحدة من السلعة، ويضغط هذا الفائض فى اتجاه ارتفاع سعر السلعة ليصبح ٣٥ جنيه للوحدة. وعند السعر ٣٥ جنيه يُخفض المستهلكون الكمية المطلوبة لتصبح ٨٥٠٠ وحدة، بينما سيزيد المنتجون الكمية المعروضة لتصبح ٣٠٠٠ وحدة، وعند هذا السعر لايزال هناك فائض طلب مقداره ٥٥٠٠ وحدة، ويضغط هذا الفائض فى اتجاه رفع السعر مرة أخرى ليصبح ٤٥ جنيه. وعند السعر ٤٥ جنيه سيُخفض المستهلكون من الكمية المطلوبة لتصبح ٦٠٠٠ وحدة، ويزيد المنتجون الكمية المعروضة لتصبح ٤٠٠٠ وحدة، وعند هذا السعر لايزال هناك فائض طلب مقداره ٢٠٠٠ وحدة، ويضغط هذا الفائض فى اتجاه رفع السعر مرة أخرى ليصبح ٦٠ جنيهاً. وعند السعر ٦٠ جنيه سيخفض المستهلكون الكمية المطلوبة لتصبح ٥٠٠٠ وحدة بينما

سيزيد المنتجون الكمية المعروضة لتصبح ٥٠٠٠ وحدة، ويكون فائض الطلب من السلعة صفر، أى أن السوق تكون قد عادت مرة ثانية إلى وضعها التوازنى السابق.

ويتضح أن ديناميكية تغير السعر وما تتركه من تفاعلات بين جانبى العرض والطلب مستحثه بتغيرات السعر تؤدى إلى وضع مستقر فى السوق مهما اختلت السوق وتباعدت عنه.

ويمكن أن نصل إلى نفس النتائج من خلال تحليل الشكل البيانى رقم (١-٥) فنلاحظ أنه عند أى سعر أعلى من سعر التوازن يتحقق فائض عرض فى السوق، فمثلاً عند السعر وث$_{٢}$ تكون الكمية المعروضة فى السوق وك$_{٢}$ بينما تكون الكمية المطلوبة عند نفس السعر وك$_{١}$، وحيث أن وك$_{٢}$ > وك$_{١}$ لذلك يكون هناك فائض عرض يعادل ك$_{١}$ ك$_{٢}$ يضغط على السعر في الانخفاض تدريجياً إلى أن يعود مرة أخرى إلى سعر التوازن وثَ. ونلاحظ أنه عند أى سعر أقل من سعر التوازن يتحقق فائض طلب فى السوق، فمثلاً عند السعر وث$_{١}$ تكون الكمية المعروضة فى السوق، وك$_{١}$ بينما تكون الكمية المطلوبة في السوق وك$_{٢}$، وحيث أن وك$_{٢}$ > وك$_{١}$ لذلك يكون هناك فائض طلب يعادل الكمية ك$_{١}$ ك$_{٢}$ يضغط على السعر فى اتجاه الارتفاع تدريجياً إلي أن يعود مرة أخرى إلى سعر التوازن وثَ.

٣ : توازن السوق وفائض المستهلك والمنتج[١] :

يلعب فائض المنتج وفائض المستهلك دوراً هاماً فى التفاعلات السوقية والتى يحركها جانب الطلب والعرض فى السوق، حيث يمثل فائض المستهلك الباعث والمحرك الذى يدفع المستهلك لزيادة الكميات المطلوبة من

---

(١) سيتم تقدير فائض المستهلك وفائض المنتج هنا مقوماً بوحدات نقدية، بينما سيتم تقدير فائض المستهلك مقوماً بوحدات منفعة عند تحليل سلوك المستهلك باستخدام منهج المنفعة الحدية، وذلك في الفصل السادس.

السلعة فى السوق، كما يمثل فائض المنتج الباعث والمحرك الذى يدفع المنتج لزيادة الكميات المعروضة فى السوق. ويمكن حساب فائض المستهلك وفائض المنتج من خلال الشكل البيانى رقم (٥-٢) والذى يمثل الوضع التوازنى فى سوق المُنتَّج.

فائض المستهلك : يمثل المساحة المحصورة أسفل منحنى الطلب وأعلى خط السعر التوازنى السائد فى السوق وتمثله المساحة ن ث و ٢. ويمكن تعريف فائض المستهلك على أنه الفرق بين ما كان المستهلك مستعداً لدفعه لأية كمية من السلعة وبين ما دفعة المستهلك بالفعل عند شراء هذه الكمية، أى أن :

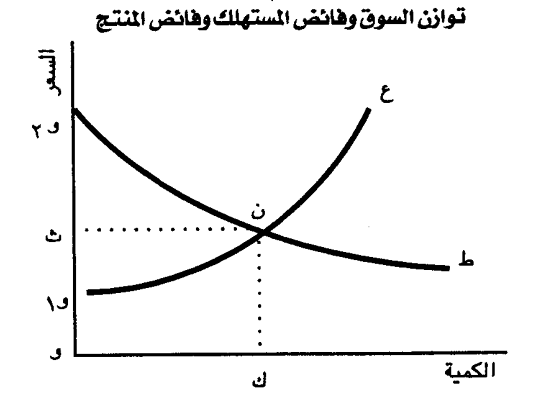
فائض المستهلك = السعر المخطط - السعر الفعلى.

حيث أن :

السعر المخطط = السعر الذى كان المستهلك مستعداً لدفعه لشراء كمية معينة من السلعة

السعر الفعلى= السعر التوازنى فى السوق.

شكل رقم (٢-٥)
توازن السوق وفائض المستهلك وفائض المنتج



فائض المنتج : يمثل المساحة المحصورة أعلى منحنى العرض وأسفل خط السعر التوازنى السائد فى السوق وتمثله المساحة ن ث و١، ويمكن

تعريف فائض المنتج على أنه الفرق بين السعر الفعلى الذى حصل عليه المنتج مقابل بيع كمية معينة في السوق والسعر الذى كان المنتج يرغب فى الحصول عليهليعرض هذه الكمية في السوق[1]، أى أن :

فائض المستهلك = السعر الفعلى - السعر المخطط

حيث أن :

السعر المخطط = السعر الذى كان المنتج يرغب فى الحصول عليه، ليتمكن من عرض كمية معينة من السلعة فى السوق.

السعر الفعلى = السعر التوازنى فى السوق.

جدول رقم (٢-٥)

توازن السوق وفائض المستهلك والمنتج

السعر	ك ط	ك ع	فائض المستهلكين		فائض المنتجين	
			للوحدة	الكلى	للوحدة	الكلى
١٢٠	٢٥٠٠	١٥٠٠٠	٦٠	١٥٠٠٠٠	...	...
١٠٠	٣٠٠٠	١٢٠٠٠	٤٠	١٢٠٠٠	...	...
٨٠	٤٠٠٠	٧٥٠٠	٢٠	٨٠٠٠	...	...
٦٠	٥٠٠٠	٥٠٠٠	صفر	صفر	صفر	صفر
٤٥	٦٠٠٠	٤٠٠٠	...	...	١٥	٦٠٠٠٠
٣٥	٨٥٠٠	٣٠٠٠	...	...	٢٥	٧٥٠٠٠
٢٥	١٢٠٠٠	٢٥٠٠	...	...	٣٥	٨٧٥٠٠

وبالنظر إلى الجدول رقم (٢-٥) نلاحظ أنه عند الكمية ٢٥٠٠ وحدة فى جدول الطلب كان المستهلكين على استعداد لدفع السعر ١٢٠ جنيه لشراء أى وحدة من هذه الكمية، بينما السعر الذى تم دفعه بالفعل هو ٦٠ جنيه (سعر التوازن)، ومن ثم يكون فائض المستهلك للوحدة ٦٠ جنيهاً (١٢٠-٦٠).

---

(١) يمكن حساب فائض المنتج بطريقة أخري :

فائض المنتج = الإيراد الكلي - التكاليف المتغيرة الكلية

وتتمثل التكاليف الكلية المتغيرة في المساحة أسفل منحني العرض المقابلة لأي كمية منتجة، ويمثل الإيراد الكلي المساحة أسفل سعر التوازن (السعر الفعلي) المقابلة لأي كمية منتجة، ومن ثم يكون فائض المنتج الفرق بين المساحتين، ويتمثل في المساحة أعلي منحني العرض وأسفل السعر الفعلي في السوق.

ويكون فائض المستهلكين الكلى فى السوق ١٥٠٠ جنيه، وهو عبارة عن ما كان المستهلكين مستعدين لدفعه مقابل هذه الكمية (١٢٠ × ٢٥٠٠) وبين ما تم دفعه بالفعل (٦٠ × ٥٠٠).

فائض المستهلك عند شراء الكمية ٢٥٠٠ وحدة = ٣٠٠٠٠٠ - ١٥٠٠٠٠

ويمكن حساب فائض المستهلك لنفس الكمية بطريقة أخرى، عن طريق ضرب فائض المستهلك للوحدة فى الكمية المشتراه فى السوق :

فائض المستهلك عند شراء الكمية ٢٥٠٠ وحدة = ٦٠ × ٢٥٠٠.

وبنفس الطريقة يمكن حساب فائض المستهلك المتحقق عند شراء أى كمية أقل من كمية التوازن، ولايتم حساب فائض المستهلك لأى كمية أكبر من كمية التوازن فى السوق، لأن فائض المستهلك لايحسب إلا عند الكميات المشتراه فعليا وهى تلك الكميات التى تقل عن كمية التوازن فى السوق.

ونلاحظ فى الجدول رقم (٢-٥) أنه عند الكمية ٢٥٠٠ وحدة فى جدول العرض كان المنتجين مستعدين لإنتاج وبيع هذه الكمية عند السعر ٢٥ جنيه للوحدة، بينما السعر الفعلى الذى حصل عليه المنتجون عند بيع هذه الكمية فى السوق هو ٦٠ جنيه للوحدة (سعر التوازن)، ومن ثم يكون فائض المنتج للوحدة هو ٣٥ جنيهاً (٦٠=٢٥). ويكون فائض المنتجين الكلى ٨٧٥٠٠ جنيه، وهو عبارة عن الإيراد الكلى الذى حصل عليه المنتجين عند بيع هذه الكمية (٦٠ × ٢٥٠٠) وبين ما كان المنتجون يرغبون فى الحصول عليه (٢٥ × ٢٥٠٠).

فائض المنتج عند بيع الكمية ٢٥٠٠ وحدة = ١٥٠٠٠٠ - ٦٢٥٠٠

ويمكن حساب فائض المنتج لنفس الكمية بطريقة أخرى، عن طريق ضرب فائض المنتج للوحدة فى الكمية المباعة فى السوق:

فائض المنتج عند بيع الكمية ٢٥٠٠ وحدة = ٣٥ × ٢٥٠٠.

وبنفس الطريقة يمكن حساب فائض المنتج المتحقق عند بيع أى كمية

أقل من كمية التوازن، ولا يتم حساب فائض المنتج لأى كمية أكبر من كمية التوازن فى السوق، لأن فائض المنتج لا يحسب إلا عند الكميات المباعة فعلياً، وهى تلك الكميات التى تقل عن كمية التوازن فى السوق.

ويمكن الخروج بنتيجة وهى أنه كلما كان فائض المستهلك موجباً يشجع المستهلكين على زيادة الكمية المطلوبة من السلعة وكلما زادت الكمية المطلوبة من السلعة يتناقص فائض المستهلك حتى يصل إلى الصفر عندما تصل السوق إلى وضع التوازن.

وكذلك فإنه كلما كان فائض المنتج موجباً فإن ذلك يشجع المنتجين على زيادة الكمية المعروضة فى السوق، وكلما زادت الكمية المعروضة من السلعة يتناقص فائض المنتج حتى يصل إلى الصفر عندما تصل السوق إلى وضع التوازن.

٤: أثر تغيرات محددات العرض والطلب على توازن السوق[١]:

كما درسنا فى الفصل الأول من هذا الباب يترتب على تغيرات محددات العرض أو الطلب انتقال منحنى العرض أو الطلب جهة اليمين (زيادة) أو إلى جهة اليسار (نقص)، ومن ثم سيؤثر ذلك على وضع توازن السوق، مما سيؤدى إلى تغير سعر وكمية التوازن. ويمكن تتبع الاحتمالات المختلفة لتغير وضع توازن السوق تبعاً لتغيرات الطلب والعرض على النحو التالى :

٤-١: تغير الطلب أو العرض:

سنبدأ تحليل آثار تغيرات الطلب أو العرض على وضع توازن السوق، بافتراض ثبات أحد الجانبين عندما يتغير الجانب الآخر، وذلك لتبسيط التحليل، ثم ننتقل بعد ذلك لتحليل آثار تغيرات الطلب أو العرض معاً وفي نفس الوقت علي توازن السوق، وسيتم ذلك علي النحو التالي:

---

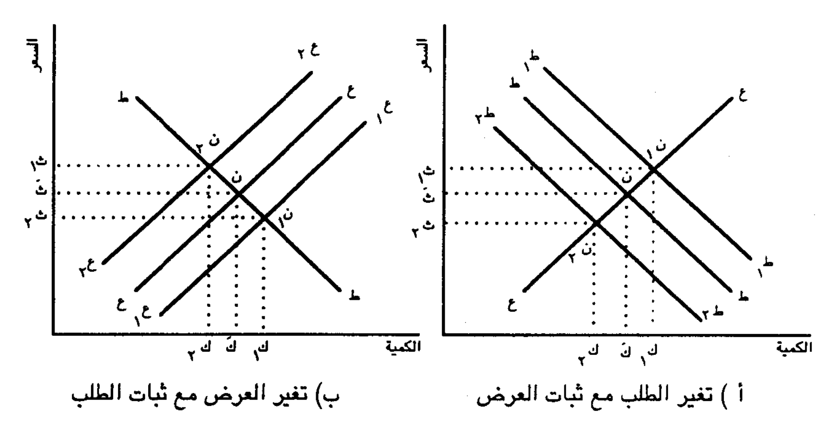
(١) سنتناول هنا تغيرات محددات الطلب والعرض على وضع التوازن فى السوق فى الوضع المعتاد لكل من العرض والطلب، ولكن هذا لايمنع من تحليل آثار انتقالات منحنى الطلب أو منحنى العرض على وضع التوازن فى السوق فى الحالات غير المعتادة لأيٍ منهما.

٤-١-١ :تغير الطلب مع ثبات العرض:

يترتب على زيادة الطلب مع ثبات العرض إنتقال نقطة التوازن من (ن) إلى (ن١)، حيث يتقاطع منحنى الطلب الجديد (ط١ ط١) مع منحنى العرض (ع ع). ويترتب على ذلك ارتفاع السعر التوازنى (السائد) فى السوق من (ثَ) إلى (ث١)، وكذلك زيادة الكمية التوازنية فى السوق من (كَ) إلى (ك١).

ويترتب على انخفاض الطلب مع ثبات العرض انتقال نقطة التوازن من (ن) إلى (ن ٢)، حيث يتقاطع منحنى الطلب الجديد (ط٢ ط٢) مع منحنى العرض (ع ع) ويترتب على ذلك انخفاض السعر التوازنى (السائد) فى السوق من (ثَ) إلى ث٢)، وانخفاض الكمية التوازنية فى السوق من (كً) إلى (ك٢). وذلك كما يتضح من الشكل رقم (٣-٥/أ).

شكل رقم (٢-٥)
أثر تغير الطلب أو العرض على توازن السوق



أ) تغير الطلب مع ثبات العرض

ب) تغير العرض مع ثبات الطلب

٤-١-١: :تغير العرض مع ثبات الطلب:

يترتب على زيادة العرض مع ثبات الطلب إنتقال نقطة التوازن من (ن) إلى (ن١)، حيث يتقاطع منحنى العرض الجديد (ع١ ع١) مع منحنى الطلب (ط ط). ويترتب على ذلك انخفاض السعر التوازنى (السائد) فى السوق من (ثَ) إلى (ث١)، وكذلك زيادة الكمية التوازنية فى السوق من (كَ) إلى (ك١).

ويترتب على انخفاض العرض مع ثبات الطلب انتقال نقطة التوازن من (ن) إلى (ن٢)، حيث يتقاطع منحنى العرض الجديد (ع٢ ع٢) مع منحنى الطلب (ط ط). ويترتب على ذلك ارتفاع السعر التوازنى (السائد) فى السوق من (ثَ) إلى ث٢)، وانخفاض الكمية التوازنية فى السوق من (كَ) إلى (ك٢). وذلك كما يتضح من الشكل رقم (٣-٥/ب). ويلخص الجدول رقم (٣-٥) النتائج المستخلصة من التحليل السابق للشكل رقم (٣-٥).

جدول رقم (٣-٥)

ملخص نتائج تغيرات العرض أو الطلب على توازن السوق .

التغير / الأثر على	أ) زيادة الطلب مع ثبات العرض	أ) نقص الطلب مع ثبات العرض	ب) زيادة العرض مع ثبات الطلب	ب) نقص العرض مع ثبات الطلب
السعر التوازنى	زيادة	نقص	نقص	زيادة
الكمية التوازنية	زيادة	نقص	زيادة	نقص

٤-٢ : أثر تغير العرض والطلب معاً :

عندما يتغير كلٍ من الطلب والعرض فى نفس الوقت فى السوق، يمكن أن نتوقع أربع احتمالات يمكن أن تتحقق فى السوق، وتنحصر فى الآتى:

- زيادة الطلب مع زيادة العرض.
- نقص الطلب مع نقص العرض.
- زيادة الطلب مع نقص العرض.
- زيادة العرض مع نقص الطلب.

ويمكن تحليل آثار تلك التغيرات على السعر والكمية التوازنية فى سوق المُنتَّج على النحو التالى :

٤-٢-١ : زيادة الطلب مع زيادة العرض :

عندما يزداد الطلب والعرض فى نفس الوقت على المُنتَّج، يمكن أن نتوقع ثلاث احتمالات فى هذه الحالة، وهى :

١) نسبة زيادة الطلب مساوية لنسبة زيادة العرض :

يترتب على ذلك زيادة الكمية التوازنية فى السوق من كَ إلى ك١، بينما يظل السعر التوازن فى السوق ثابتاً عند السعر (ثَ) ، وذلك كما يتضح من الشكل رقم (٤-٥/أ).

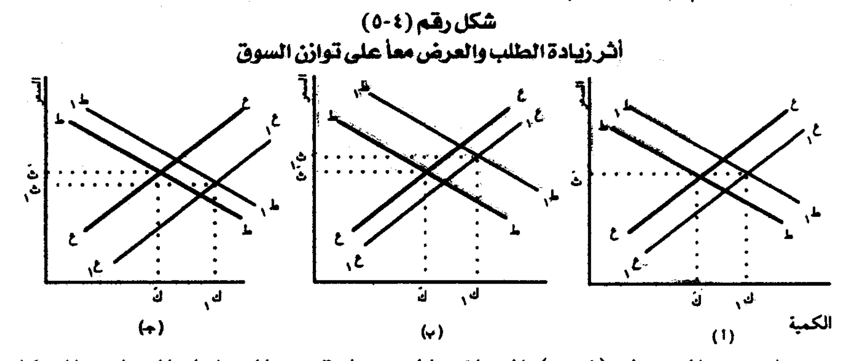
٢) نسبة زيادة الطلب أكبر من نسبة زيادة العرض :

يترتب على ذلك زيادة الكمية التوازنية فى السوق من كَ إلى ك١، وكذلك زيادة السعر التوازني فى السوق من (ثَ) إلى (ث١). وذلك كما يتضح من الشكل رقم (٤-٥/ب).

٣) نسبة زيادة الطلب أقل من نسبة زيادة العرض :

يترتب على ذلك زيادة الكمية التوازنية فى السوق من كَ إلى ك١، ولكن ينخفض السعر فى السوق من (ثَ) إلى (ث١). وذلك كما يتضح من الشكل رقم (٤-٥/جـ).

شكل رقم (٤-٥)
أثر زيادة الطلب والعرض معاً على توازن السوق



ويلخص الجدول (٤-٥) النتائج المستخلة من التحليل السابق الشكل رقم (٤-٥):

جدول رقم (٤-٥)
ملخص نتائج زيادة الطلب والعرض معاً على توازن السوق

التغير / الأثر على	أ) نسبة زيادة الطلب = نسبة زيادة العرض	ب) نسبة زيادة الطلب > نسبة زيادة العرض	جـ) نسبة زيادة الطلب < نسبة زيادة العرض
السعر التوازنى	ثبات	زيادة	نقص
الكمية التوازنية	زيادة	زيادة	زيادة

٤-٢-٢ : نقص الطلب مع نقص العرض :

عندما ينخفض الطلب والعرض فى نفس الوقت على المُنتَّج، يمكن أن نتوقع ثلاث احتمالات فى هذه الحالة، وهى :

١) نسبة انخفاض الطلب مساوية لنسبة انخفاض العرض :

يترتب على ذلك ثبات السعر التوازنى فى السوق عند ثَ ، بينما تنخفض الكمية التوازنية فى السوق من كَ إلى ك٢ وذلك كما يتضح من الشكل رقم (٥-٥/أ).

٢) نسبة انخفاض الطلب أكبر من نسبة انخفاض العرض :

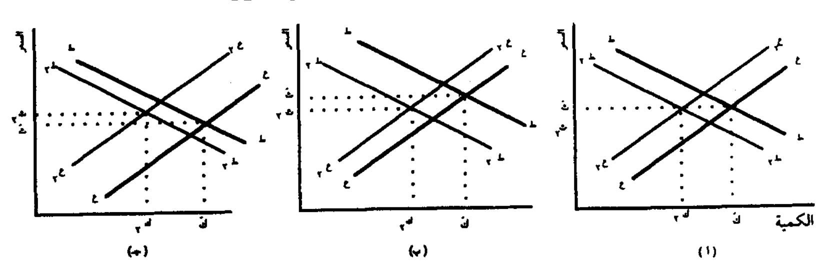
يترتب على ذلك انخفاض الكمية التوازنية فى السوق من كَ إلى ك٢، وكذلك انخفاض السعر التوازني فى السوق من ثَ إلى ث٢. وذلك كما يتضح من الشكل رقم (٥-٥/ب).

٣) نسبة انخفاض الطلب أقل من نسبة انخفاض العرض :

يترتب على ذلك انخفاض الكمية التوازنية فى السوق من كَ إلى ك٢، ولكن يرتفع السعر التوازني فى السوق من ثَ إلى ث٢. وذلك كما يتضح من الشكل رقم (٥-٥/جـ).

شكل رقم (٥-٥)

أثر نقص الطلب والعرض معاً على توازن السوق



ويلخص الجدول رقم (٥-٥) النتائج المستخلصة من التحليل السابق للشكل رقم (٥-٥) :

جدول رقم (٥-٥)
ملخص نتائج نقص الطلب ونقص العرض معاً على توازن السوق

التغير / الأثر على	أ) نسبة انخفاض الطلب = نسبة انخفاض العرض	ب) نسبة انخفاض الطلب > نسبة انخفاض العرض	جـ) نسبة انخفاض الطلب < نسبة انخفاض العرض
السعر التوازني	ثبات	نقص	زيادة
الكمية التوازنية	نقص	نقص	نقص

٤-٢-٣ :زيادة الطلب مع نقص العرض :

عندما يزداد الطلب وينخفض العرض في نفس الوقت على المُنتَّج، يمكن أن نتوقع ثلاث احتمالات في هذه الحالة، وهي :

١) نسبة زيادة الطلب مساوية لنسبة نقص العرض :

يترتب على ذلك ثبات الكمية التوازنية في السوق عند كَ، بينما يرتفع السعر التوازني في السوق من ثَ إلى ث١ وذلك كما يتضح من الشكل رقم (٦-٥/ب).

٢) نسبة زيادة الطلب أكبر من نسبة نقص العرض :

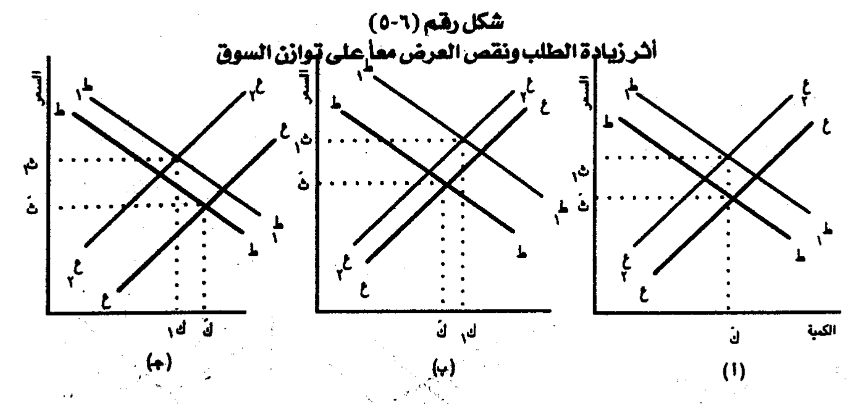
يترتب على ذلك زيادة الكمية التوازنية في السوق من كَ إلى ك١، وكذلك زيادة السعر التوازني في السوق من ثَ إلى ث١. وذلك كما يتضح من الشكل رقم (٦-٥/ب).

٣) نسبة زيادة الطلب أقل من نسبة نقص العرض :

يترتب على ذلك نقص الكمية التوازنية في السوق من كَ إلى ك١، ولكن يرتفع السعر في السوق من ثَ إلى ث١. وذلك كما يتضح من الشكل رقم (٦-٥/جـ).

شكل رقم (٦-٥)

أثر زيادة الطلب ونقص العرض معاً على توازن السوق



ويلخص الجدول رقم (٥-٦) النتائج المستخلصة من التحليل السابق للشكل رقم (٦-٥) :

جدول رقم (٦-٥)

ملخص نتائج زيادة الطلب مع نقص العرض على توازن السوق

التغير / الأثر على	أ) نسبة زيادة الطلب = نسبة انخفاض العرض	ب) نسبة زيادة الطلب > نسبة انخفاض العرض	جـ) نسبة زيادة الطلب < نسبة انخفاض العرض
السعر التوازنى	زيادة	زيادة	زيادة
الكمية التوازنية	ثبات	زيادة	نقص

٤-٢-٤ : زيادة العرض مع نقص الطلب :

عندما يزداد العرض وينخفض الطلب فى نفس الوقت على المُنتَّج، يمكن أن نتوقع ثلاث احتمالات فى هذه الحالة، وهى :

١) نسبة زيادة العرض مساوية لنسبة نقص الطلب :

يترتب على ذلك ثبات الكمية التوازنية فى السوق عند كَ، بينما ينخفض السعر التوازنى فى السوق من ثَ إلى ث١ وذلك كما يتضح من الشكل رقم (٧-٥/أ).

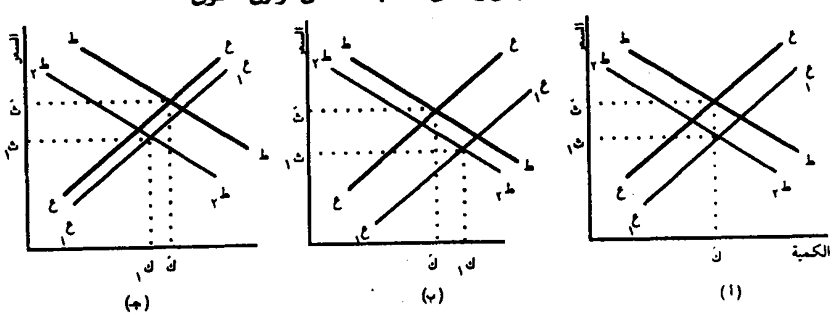
٢) نسبة زيادة العرض أكبر من نسبة نقص الطلب :

يترتب على ذلك زيادة الكمية التوازنية فى السوق من كَ إلى ك١، وكذلك انخفاض السعر فى السوق من ثَ إلى ث١. وذلك كما يتضح من الشكل رقم (٧-٥/ب).

٣) **نسبة زيادة العرض أقل من نسبة نقص الطلب :**

يترتب على ذلك نقص الكمية التوازنية فى السوق من كَ إلى ك١، ولكن ينخفض السعر فى السوق من ثَ إلى ث١ وذلك كما يتضح من الشكل رقم (٧-٥/جـ).

شكل رقم (٧-٥)
أثر زيادة العرض ونقص الطلب معاً على توازن السوق



ويلخص الجدول رقم (٧-٥) النتائج المستخصلة من التحليل السابق للشكل رقم (٧-٥).

جدول رقم (٧-٥)
ملخص نتائج زيادة العرض مع نقص الطلب على توازن السوق

التغير / الأثر على	أ) نسبة زيادة العرض = نسبة انخفاض الطلب	ب) نسبة زيادة العرض > نسبة انخفاض الطلب	جـ) نسبة زيادة العرض < نسبة انخفاض الطلب
السعر التوازنى	نقص	نقص	نقص
الكمية التوازنية	ثبات	زيادة	نقص

الباب الثالث

سلوك المستهلك
فى إطار قواعد السوق الحر

- تحليل المنفعة وتفسير سلوك المستهلك
- منحنيات السواء وتفسير سلوك المستهلك

مقدمـــة:

تهتم دراسة سلوك المستهلك أساساً بتحليل الطريقة التى يوزع بها المستهلك دخله النقدى بين مختلف السلع والخدمات التى يحتاجها، ويتطلب ذلك دراسة كيفية اتخاذ المستهلك قراره بشراء كميات أكبر من سلعة وكميات أقل من سلعة أخرى، ليصل فى النهاية إلى شراء توليفة معينة من مختلف السلع والخدمات دون توليفات عديدة آخرى تتاح أمامه.

ويهتم تحليل سلوك المستهلك بالإجابة على التساؤلات التالية : لماذا يشترى الفرد هذه السلعة ولايشترى تلك؟، ولماذا اشترى منها كمية معينة، ولم يزد عنها ولم يقلل منها؟، وهل هو راضٍ عما اشتراه ولا يرضى عنه بديلاً ؟، أم أنه غير متقبل لهذا الوضع وسيحاول تغييره؟، ولماذا اكتفى بكمية معينة من سلعة ما ثم انتقل بعد ذلك إلى شراء وحدات من سلعة أخرى؟

الافتراضات التى تحكم تحليل سلوك المستهلك:

يتم تحليل سلوك المستهلك فى ضوء عدة افتراضات نلجأ إليها للتبسيط، كما أن تلك الافتراضات تسهل الوصول إلى الأثار التى تتركها متغيرات معينة على سلوك المستهلك، وأهم تلك الافتراضات، ما يلى:-

١) الرشد الاقتصادى :

يفترض أن المستهلك رشيد عند اتخاذ قراراته الاستهلاكية، أى أنه يُعمِل عقله ولايترك الأمر لعواطفه وأحاسيسه، ومن ثم فإنه يفضل الكميات الأكبر على الكميات الأقل. فإذا وُضع الفرد أمام خيارين متضادين له : الأول الحصول على ٤ وحدات من سلعة معينة، والثانى الحصول على ٥ وحدات من نفس السلعة دونما أية أعباء إضافية، فإذا كان المستهلك رشيداً فإنه يفضل الخيار الثانى، أى الحصول على ٥ وحدات من السلعة، أما إذا كان سفيهاً أو معتوهاً أو مجنوناً فإنه يمكن أن يفضل الخيار الأول، أى الحصول على ٤ وحدات من السلعة.

ومن ثم فإن المستهلك العادى يفترض أنه على بينة تامة من أمر تفضيلاته لمختلف السلع والخدمات المعروضة فى السوق، ويتوافر لدى المشترين فكرة واضحة عن مقدار المنفعة الحدية التى يحصل عليها من الوحدات المتعاقبة لمختلف السلع التى قد يتجه لشرائها.

٢) المنطق :

يفترض أن قرارات المستهلك منطقية لاتتعارض مع بعضها البعض، أى أن الفرد إذا فضل سلعة الفول على الأرز، وفضل سلعة الأسماك على سلعة الفول، فمن المنطقى أنه سيفضل سلعة الأسماك على سلعة الأرز.

٣) تعظيم الإشباع :

أتساقاً مع الافتراضين السابقين، يفُترض أن يكون هدف المستهلك من جميع قراراته الاستهلاكية هو تعظيم الإشباع، أى الحصول على أقصى إشباع ممكن من أى سلعة أو خدمة يشتريها. أى أن المستهلك لايتخذ قراره بالشراء بطريقة عشوائية، فهو لايشترى سلعة لمجرد أنها تلاقى هوى فى نفسه من حيث الشكل أو اللون، دونما تفكير فى مقدار المنفعة التى يمكن أن يحصل عليها من استهلاكه لتلك السلعة. ولكن المستهلك قبل أن يتخذ قراراً بالشراء لسلعة معينة لابد أن يكون فى ذهنه فكرة ما عن المنفعة التى يمكن أن تحققها له هذه السلعة وهل هناك سلعة أخرى ذات نفع أكبر أم لا، ويفترض توافر المعلومات الكافية للمستهلك عن السلع المتاحة له. لذلك فإن المستهلك وهو بسبيل تحقيق أقصى إشباع ممكن، سيحاول اتخاذ قرارين على نفس الدرجة من الأهمية :

- تحديد توليفة السلع والخدمات التى سيقوم بشرائها.
- تحديد الكميات التى سيقوم بشراؤها من كل سلعة أو خدمة.

ويستند ذلك إلى قاعدة مستقرة وهى : "أن رغبات المستهلك غير محدودة ولايمكن إشباعها كاملة فى حدود موارده المحدودة، إلا أن حاجات المستهلك من سلعة معينة يمكن إشباعها بالكامل".

٤) **محدودية الميزانية المتاحة للمستهلك للإنفاق على السلع المختلفة.**

وتتوقف هذه الميزانية على متغيرين أساسيين هما :

- **الدخل النقدى،** وعادة يكون الدخل النقدى للمستهلك محدود، ذلك لأن الموارد الاقتصادية التى يعرضها سواءاً أكانت موارد بشرية أو موارد مملوكة، محدودة، ومن ثم فإن ما يحصل عليه من عوائد لقاء هذه الموارد سيكون محدداً، وسواء وجد المستهلك نفسه فى أعلى قائمة هرم الدخل أو فى القاعدة، فإن ما يحصل عليه من دخل هو مبلغ معين، وباستثناء أفراد قلائل فى العالم، فإن المستهلك يواجه قيوداً تفرضها ميزانيته المحدودة (الدخل).
- **الأسعار** : ويحدد أسعار السلع والخدمات المعروضة على المستهلك تفاعل العرض والطلب ويفترض أن أسعار المنتجات لا تتأثر بالكمية التى يشتريها المستهلك الفرد من سلع معينة حيث تسود المنافسة الكاملة فى جانب الطلب بالسوق.

وقد أفرز الفكر الاقتصادى فى مجال تحليل سلوك المستهلك ثلاث أساليب أساسية يمثل كل منها نموذجاً لتفسير سلوك المستهلك، وهذه الأساليب هى:-

- تحليل المنفعة.
- تحليل منحنيات السواء.
- تحليل التفضيل المستوحى.

وسوف نتناول بالتحليل المبسط فى هذه المرحلة من الدراسة أسلوب المنفعة وأسلوب منحنيات السواء، ويتم إرجاء الأسلوب الثالث لمرحلة متقدمة من الدراسة تشمل الأساليب الثلاث بتحليل أكثر تفصيلاً فى إطار من التطبيق على حالات من الواقع.

الفصل السادس
تحليل المنفعة وتفسير سلوك المستهلك

يستند تحليل المنفعة فى تفسير سلوك المستهلك إلى مفهومين أساسيين للمنفعة، وهما : مفهوم المنفعة المكتسبة ومفهوم المنفعة المضحى بها. وذلك لأن المستهلك عندما يتخذ قراراً بشراء كمية معينة من السلعة، فإنما يُجرى عملية موازنة غير مرئية (يمكن أن نطلق عليها عملية نفسية شخصية) بين المنافع التى يكتسبها من شراء هذه الكمية من السلعة وبين المنافع التى يجب عليه التضحية بها مقابل ذلك.

١- مفهوم المنفعة المكتسبة:

وهى المنفعة التى يكتسبها الفرد من استهلاكه وحدة واحدة أو عدد من وحدات سلعة معينة، فعندما يستهلك الفرد البرتقال فإنه يكتسب إشباع معين يتمثل فى منفعة الوحدات المستهلكة من البرتقال، وعندما يستهلك فرد خدمة الترفيه فى المسرح فإنه يكتسب إشباع معين يتمثل فى منفعة وحدات الزمن (الساعات، أو الدقائق) التى قضاها فى المسرح... وهكذا.

قانون تناقص المنفعة الحدية:

يفسر قانون "تناقص المنفعة الحدية" الإشباع (أو المنفعة) الذى يمكن أن يحصل عليه المستهلك من استهلاكه لوحدات متعاقبة من سلعة أو خدمة معينة. ويتم تحليل هذا القانون فى ظل عدة افتراضات :

الأول: ينطبق هذا القانون على الأجل القصير حيث يفترض ثبات أذواق أو تفضيلات المستهلك، وأن استهلاك وحدات السلعة المختلفة يتم على التوالى فى فترة زمنية متصلة.

الثانى: أن المنفعة برغم أنها شيء شخصى حسى غير قابل للقياس، ولكنه قابل للترتيب، فيمكن القول بأن البرتقالة الأولى تعطى إشباع مرتفع، والبرتقالة التى تليها تعطى إشباع أقل.. وهكذا. ولكن لتبسيط عرض

فكرة المنفعة سنفترض إمكانية قياس المنفعة قياساً عددياً بوحدات تسمى وحدات المنفعة.

ويشير قانون "تناقص المنفعة الحدية" إلى أن المنفعة التى يكتسبها الفرد تتناقص مع زيادة استهلاكه لوحدات متعاقبة من السلعة، وهذا يعنى أن أى وحدة إضافية يستهلكها الفرد من السلعة ستضيف إلى المنفعة الكلية أقل مما أضافته الوحدة السابقة عليها. وهكذا تتناقص المنفعة التى تضيفها الوحدات المتعاقبة المستهلكة من السلعة حتى يصل المستهلك إلى حد التشبع الكامل تكون عند منفعة الوحدة المستهلكة من السلعة صفر، أى أن الوحدة المستهلكة من السلعة عند هذا الحد لا تضيف شيء إلى الإشباع الكلى للمستهلك. وإذا زاد استهلاك المستهلك لوحدات أخرى من السلعة بعد هذا الحد ستتحول المنفعة التى تضيفها السلعة إلى ضرر سيلحق بالمستهلك (منفعة حدية سالبة)، وهو ما يطلق عليه باللغة الشائعة "مازاد عن الحد انقلب إلى الضد". وينطوى هذا القانون على مفهومين للمنفعة، وهما:

- **المنفعة الحدية**: وهى تمثل المنفعة التى تضيفها وحدة واحدة من السلعة المستهلكة إلى المنفعة الكلية. ويطلق عليها المنفعة الحدية المكتسبة وسنشير إليها بالرمز (م.ح.ك).

$$\text{م . ح . ك} = \frac{\Delta\ \text{المنفعة الكلية}}{\Delta\ \text{وحدات السلعة المستهلكة}}$$

- **المنفعة الكلية**: وهى تمثل مجموع المنافع التى يحصل عليها المستهلك من استهلاك عدد معين من وحدات سلعة معينة. ويمكن الحصول على المنفعة الكلية عن طريق الجمع المتتالى للمنافع الحدية المقابلة للوحدات المتعاقبة من السلعة، وسنشير إلى المنفعة الكلية المكتسبة بالرمز (م.ك).

ويمكن توضيح فكرة "قانون تناقص المنفعة الحدية، من خلال حالة مستهلك يُفترض أنه يستهلك وحدات متعاقبة من سلعة الخبز فى وجبة الغذاء، وليكن ٧ أرغفة من الخبز، وأن المنافع التى يكتسبها المستهلك من تلك الوحدات يمثلها الجدول رقم (١-٦):

جدول رقم (١-٦)

مثال افتراضى لقانون تناقص المنفعة الحدية

وحدات السلعة أرغفة الخبز	المنفعة الحدية المكتسبة م.ح.ك	المنفعة الكلية المكتسبة م.ك	ملاحظات
١	٣٠	٣٠	منفعة حدية موجبة متناقصة
٢	٢٠	٥٠	
٣	١٥	٦٥	
٤	١٠	٧٥	
٥	٨	٨٣	
٦	صفر	٨٣	حد التشبع
٧	-٤	٧٩	منفعة حدية سالبة

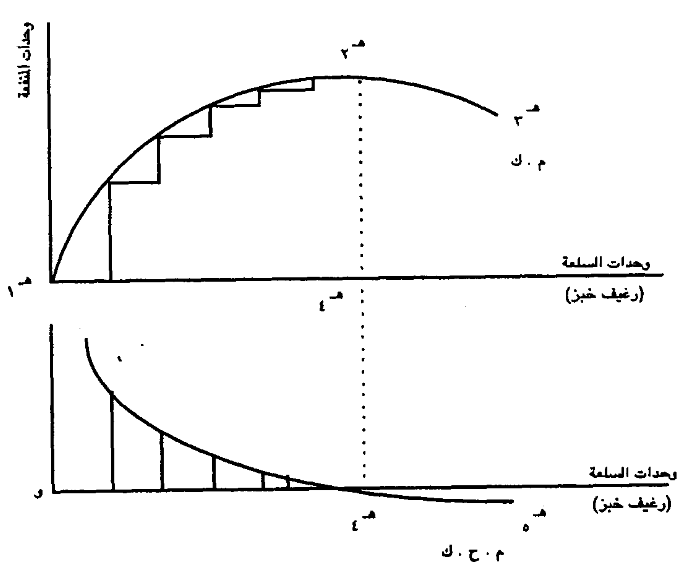
ويلاحظ أن المستهلك عندما يأكل الرغيف الأول يحصل على منفعة مرتفعة تعادل ٣٠ وحدة منفعة، وعندما يتُبعه بالرغيف الثانى فإن هذا الرغيف يضيف إلى المنفعة الكلية ٢٠ وحدة منفعة، وهو مقدار أقل مما أضافة الرغيف السابق، وعندما يأكل الرغيف الثالث تتناقص المنفعة التى يضيفها لتصل إلى ١٥ وحدة منفعة، وعندما يأقل الرغيف الرابع تتناقص المنفعة التى يضيفها لتصل إلى ٧ وحدات منفعة، وعندما يأكل الرغيف الخامس تتناقص المنفعة التى يضيفها لتصل إلى ٨ وحدات منفعة، وعندما يأكل الرغيف السادس يكون المستهلك وصل إلى حد التشبع الكامل ومن ثم ستكون منفعة هذا الرغيف صفراً، أما إذا أكل المستهلك الرغيف السابع فإن هذا الرغيف سيسبب للمستهلك ضرراً (إذ قد يصاب المستهلك بتخمة

تضطره للانتقال للمستشفى) ومن ثم تتحول المنفعة إلى منفعة سالبة، إذ سيؤدى هذا الرغيف إلى تناقص منفعة المستهلك الكلية بمقدار ٤ وحدات منفعة.

ويمكن الحصول على الإشباع الكلى (أو المنفعة الكلية) الذى يحصل عليه المستهلك عن طريق تجميع الإشباع الذى يحصل عليه المستهلك من الوحدات التى يستهلكها من السلعة، فعندما يستهلك وحدة واحدة يكون الإشباع الكلى ٣٠ وحدة منفعة، وعندما يستهلك وحدتين يكون الإشباع الكلى ٥٠ وحدة منفعة (٣٠+٢٠)، وعندما يستهلك ثلاث وحدات يكون الإشباع الكلى ٦٥ وحدة منفعة (٣٠ + ٢٠ +١٥)، وعندما يستهلك ٤ وحدات يكون الإشباع الكلى ٧٥ وحدة منفعة (٣٠ + ٢٠ + ١٥ + ١٠)،..... وهكذا.

ويمكن تمثيل بيانات الجدول السابق بيانياً فى شكل رقم (١-٦) لتوضيح سلوك منحنى المنفعة الحدية المكتسبة والمنفعة الكلية المكتسبة.

شكل رقم (١-٦)
منحنيات المنفعة الحدية والمنفعة الكلية المكتسبة



ويتضح من تحليل الشكل رقم (١-٦) الآتى :-

- يأخذ منحنى المنفعة الكلية المكتسبة اتجاهاً صاعداً، ولكنه ذو ميل متناقص فى المسافة هـ$_١$ هـ$_٢$.

وفى نفس الوقت يأخذ منحنى المنفعة الحدية المكتسبة اتجاهاً هابط بقيم موجبة فى المسافة هـ$_١$ هـ$_٤$.

وهذا يعنى أنه عندما تكون المنفعة الحدية المكتسبة متناقصة تكون المنفعة الكلية المكتسبة متزايدة فى جميع الحالات.

- يصل منحنى المنفعة الكلية المكتسبة نقطة نهاية عظمى عند حد التشبع عند النقطة هـ$_٢$.

وعند حد التشبع تكون المنفعة الحدية المكتسبة مساوية للصفر عند النقطة هـ$_٤$.

وهذا يعنى أنه عندما تصل المنفعة الكلية المكتسبة أقصى قيمة لها تكون المنفعة الحدية المكتسبة مساوية للصفر.

- يبدأ منحنى المنفعة الكلية المكتسبة فى الهبوط بعد ذلك فى المسافة هـ$_٢$ هـ$_٣$.

وفى هذه المسافة يتحول منحنى المنفعة الحدية المكتسبة إلى أسفل المحور الأفقى أى يأخذ قيم سالبة فى المسافة هـ$_٤$ هـ$_٥$.

وهذا يعنى أنه عندما تكون المنفعة الحدية المكتسبة سالبة تكون المنفعة الكلية المكتسبة متناقصة فى جميع الحالات.

ويلاحظ أن تلك العلاقات التى تربط منحنى المنفعة الحدية المكتسبة بمنحنى المنفعة الكلية المكتسبة هى علاقات مستقرة لاتتغير مهما كانت طبيعة السلعة أو الخدمة المستهلكة، ومهما اختلفت ظروف المستهلكين أو ظروف نفس المستهلك عبر الزمن.

٢ : مفهوم المنفعة المضحى بها:

عندما يرغب المستهلك فى الحصول على كمية معينة من سلعة ما، فإنه لن يحصل عليها مجاناً، ولكن سيدفع مقابل وحدات السلعة وحدات من

النقود، ومن ثم فإن المستهلك إذا كان سيكتسب وحدات منفعة من استه
لوحدات السلعة، إلا أنه وفى نفس اللحظة سيضحى بمنفعة وحدات النق
التى تنازل عنها فى مقابل أن يحصل على وحدات السلعة. وحتى نتمكن
فهم ماذا يعنيه الاقتصادى بالمنفعة المضحى بها، يكون من الضرو
التعرض لثلاث مفاهيم أساسية، وهى:-

• **المنفعة الحدية المضحى بها :**

وهى عبارة عن منفعة وحدات النقود التى يدفعها المستهلك فى مقا
شراء وحدة واحدة من السلعة، وسنشير لهذا المفهوم بالاختصار (م.ح.م).

م.ح.م = ثمن الوحدة من السلعة × م.ح للنقود

٢-١: المنفعة الحدية للنقود:

وهى تمثل منفعة الوحدة الأخيرة من النقود التى يمتلكها الفرد، ويمك
أن نشير إليها بالمنفعة الحدية للجنيه أو المنفعة الحدية للقرش، أو المنف
الحدية للدولار، أو المنفعة الحدية للدينار... وهكذا. والمنفعة الحدية للنق
تكون ثابتة فى الأجل القصير حيث يكون دخل المستهلك ثابتاً فى الأج
القصير.

وينطبق قانون تناقص المنفعة الحدية على النقود ممثلة فى دخ
المستهلك. فكلما زاد دخل المستهلك انخفضت المنفعة الحدية لوحدة النق
والعكس....

ومن ثم فإن المنفعة الحدية للنقود تختلف بالنسبة لنفس المستهلك م
فترة زمنية لأخرى، إذا اختلف مستوى الدخل النقدى الذى يحصل علي
وكذلك فإن المنفعة الحدية للنقود تختلف من مستهلك لآخر إذا كا
مستويات الدخل النقدى لكل منهم مختلفة.

والقاعدة العامة أن المنفعة الحدية للنقود تكون علاقة عكسية مع مستو

الدخل تنخفض مع ارتفاع مستوى الدخل وترتفع مع انخفاض مستوى الدخل، ويمكن ملاحظة ذلك عندما تجد الفرد صاحب الدخل الشهرى الذى يعادل ١٠٠٠ جنيه يعطى إبنه مصروف يد يومى ٥ جنيهات، بينما صاحب الدخل الشهرى الذى يعادل ٢٥٠ جنيه يعطى إبنه مصروف يد يومى نصف الجنيه. وإن دل ذلك على شيء فإنما يدل على ارتفاع المنفعة الحدية للنقود للشخص صاحب الدخل المنخفض، بينما تنخفض المنفعة الحدية للنقود للشخص صاحب الدخل المرتفع.

٢-٢: الفرق بين المنفعة الحدية للنقود وقيمة النقود:

هنا تجدر التفرقة بين المنفعة الحدية للنقود وقيمة النقود، فكما رأينا أن "المنفعة الحدية للنقود" تمثل التقييم الشخصى والنفسى للمستهلك لمنفعة وحدة النقود، ورأينا أن هذا التقييم مرتبط أساساً بمستوى الدخل النقدى للمستهلك فقط. بينما تمثل "قيمة النقود" التقييم السوقى والموضوعى لقيمة وحدة النقود، وتعبر قيمة النقود عن مقدار السلع والخدمات التى يمكن أن تشتريها وحدة النقود. وتتحدد قيمة النقود بمستوى الأسعار السائد فى السوق، حيث ترتبط قيمة النقود بمستوى الأسعار بعلاقة عكسية، فكلما ارتفع المستوى العام للأسعار انخفضت قيمة النقود، وكلما انخفض المستوى العام للأسعار ارتفعت قيمة النقود.

وبينما تختلف المنفعة الحدية للنقود من مستهلك لآخر، نجد أن قيمة النقود لاتختلف من مستهلك لأخر لأن مستوى الأسعار السائد فى السوق ينطبق على جميع الأفراد بغض النظر عن مستوى الدخل، إذ أن المستهلك صاحب الدخل الشهرى ١٠٠٠ جنيه عندما يرغب فى شراء كيلو من اللحوم يجب عليه أن يدفع للجزار ٢٠ جنيهاً، وكذلك فإن المستهلك صاحب الدخل الشهرى ٢٥٠ جنيه عندما يرغب فى شراء كيلو من اللحوم يجب عليه أن يدفع للجزار ٢٠ جنيهاً كذلك.

٣: اتخاذ قرار الشراء فى حالة سلعة واحدة:

لنفرض أن المستهلك سيقوم بشراء سلعة واحدة، فكيف سيحدد الكم المطلوبة منها أى الكمية التى سيقوم المستهلك بشرائها من تلك السلعة. كـ أشرنا من قبل فإن قرار الشراء سيتوقف على ثلاثة متغيرات، وهى:-

- تفضيلات المستهلك، ويعبر عنها جدول المنفعة الحدية والكلية المكتسبة بالنسبة للمستهلك.
- الثمن السائد لهذه السلعة فى السوق، وهو السعر الذى تم تحديد فى السوق من خلال تفاعل قوى العرض والطلب لتلك السلعة.
- الدخل النقدى للمستهلك، والذى يحدد المستهلك من خلاله المنفع الحدية للنقود.

وإذا أخذنا نفس بيانات الجدول رقم (١-٦)، وافترضنا أن ثمن الوحد من الخبز هو ٥ قروش، وأن المنفعة الحدية للنقود للمستهلك تعادل ٢ وحد منفعة للقرش. وقمنا بتجميع هذه البيانات فى جدول جديد رقم (٢-٦) ستكون المنفعة الحدية المضحى بها فى حالة هذا المستهلك هى ١٠ وحدا منفعة مقابل أى وحدة من السلعة (٥ × ٢ = الثمن × م. ح للنقود).

جدول رقم (٢-٦)
تحديد الكمية المطلوبة فى حالة شراء المستهلك سلعة واحدة

وحدات السلعة أرغفة الخبز	م.ك	م.ح.ك	ثمن الوحدة (ثمن رغيف)	م.ح للنقود	م.ح.م	فائض المستهلك	
						للوحدة	الكلى
١	٣٠	٣٠	٥	٢	١٠	٢٠	٢٠
٢	٥٠	٢٠	٥	٢	١٠	١٠	٣٠
٣	٦٥	١٥	٥	٢	١٠	٥	٣٥
٤	٧٥	١٠	٥	٢	١٠	صفر	٣٥
٥	٨٣	٨	٥	٢	١٠	-٢	٣٣
٦	٨٣	صفر	٥	٢	١٠	-١٠	٢٣
٧	٧٩	-٤	٥	٢	١٠	-١٤	٩

وبمقارنة بيانات المنفعة الحدية المكتسبة فى العمود رقم (٣) من الجدول (٢-٦) مع بيانات المنفعة الحدية المضحى بها فى العمود (٦) من نفس الجدول.

يلاحظ أنه إذا كان المستهلك يرغب أن يشترى وحدة واحدة من السلعة فإن المنفعة المكتسبة التى سيحصل عليها تعادل ٣٠ وحدة منفعة بينما المنفعة التى سيضحى بها هى ١٠ وحدات منفعة، ويكون فائض المستهلك ٢٠ وحدة منفعة. مما سيغرى المستهلك لشراء الوحدة الثانية حيث سيحصل على منفعة حدية مكتسبة مقدارها ٢٠ وحدة منفعة، بينما سيضحى بما يعادل ١٠ وحدات منفعة، ويكون فائض المستهلك ١٠ وحدات منفعة. مما سيغرى المستهلك على شراء الوحدة الثالثة حيث سيحصل على منفعة حدية مكتسبة مقدارها ١٥ وحدات منفعة وسيضحى بما يعادل ١٠ وحدات منفعة، ويكون فائض المستهلك ٥ وحدات منفعة. وهذا سيغرى المستهلك لشراء الوحدة الرابعة حيث سيحصل على منفعة حدية مكتسبة ١٠ وحدات منفعة، وسيضحى بما يعادل ١٠ وحدات منفعة، ويكون فائض المستهلك مساوياً للصفر، ولذلك ستكون الكمية التى سيشتريها من هذه السلعة هى ٤ وحدات من الخبز.

ولن يشترى الوحدة الخامسة لأنها تحقق له منفعة حدية مكتسبة تعادل ٨ وحدات منفعة بينما سيضحى بما يعادل ١٠ وحدات منفعة وينطبق ذلك على الوحدة السادسة والسابعة.

وبالتالى تكون القاعدة التى يستند إليها المستهلك عند تحديد الكمية المطلوبة من السلعة فى حالة شراء سلعة واحدة فقط، هى :

المنفعة الحدية المكتسبة = المنفعة الحدية المضحى بها

أى أن أخر وحدة سيشتريها المستهلك من السلعة هى التى تحقق للمستهلك منفعة حدية مكتسبة تعادل السلعة الحدية المضحى بها لشراء تلك الوحدة.

٤: اتخاذ قرار الشراء فى حالة شراء المستهلك أكثر من سلعة :

يكون هدف المستهلك الرشيد دائماً تعظيم إشباعه من مجموعة السلع

التى يقوم بشرائها، ولذلك فإن المستهلك سيحدد الكميات التى سيشتر
من كل السلعة واضعاً فى اعتباره الحصول على أقصى إشباع مم
ويتحقق هذا الهدف للمستهلك عندما تُحقق أخر وحدة من النقود (ج
ينفقها المستهلك على السلع المختلفة منفعة حدية متساوية. أى أن المست
سيوزع دخله النقدى ما بين السلع المختلفة؛ بحيث يعطى آخر جنيه ين
على السلعة الأولى نفس المنفعة التى يعطيها آخر جنيه ينفقه على السل
الثانية. وكذلك تتساوى منفعة آخر جنيه أنفق على سلعة الثالثة مع منف
آخر جنيه انفق على السلعة الأولى والسلعة الثانية... وهكذا.

ويمكن الحصول على المنفعة الحدية لوحدة النقود (الجنيه) بقسمة المن
الحدية المكتسبة من الوحدة المشتراه من السلعة على السعر المدفوع فى
الوحدة من السلعة. فإذا كانت المنفعة المكتسبة من شراء كيلوا من اللح
هى ١٦٠ وحدة منفعة، وأن السعر المدفوع فى هذا الكيلو من اللحوم
جنيه، ستكون منفعة الجنيه فى هذه الحالة ٨ وحدات منفعة (١٦٠ ÷ ٠
وبالتالى ستكون قاعدة تغظيم الإشباع للمستهلك فى حالة شراء أكثر
سلعة على النحو التالى:

$$\frac{\text{م. ح للسلعة أ}}{\text{ث أ}} = \frac{\text{م . ح للسلعة ب}}{\text{ث ب}} = \frac{\text{م . ح للسلعة جـ}}{\text{ث جـ}} = ... = \frac{\text{م . ح للسلعة ن}}{\text{ث ن}} = \text{م . ح. للنقو}$$

فإذا وجد المستهلك أن الجنيه المنفق على السلعة الثانية يحقق له منف
أكبر من الجنيه المنفق على السلعة الأولى :

$$\frac{\text{م.ح.أ}}{\text{ث.أ}} > \frac{\text{م.ح.ب}}{\text{ث ب}}$$

فإنه سيقوم بزيادة الكميات المشتراه من السلعة ب، وبالتالى تتناق
المنفعة الحدية المكتسبة منها، وتنخفض المنفعة التى يحققها آخر جنيه ين

عليها. وفى نفس الوقت سيقلل المستهلك الكميات المشتراه من السلعة أ، وبالتالى تتزايد المنفعة الحدية المكتسبة منها، وترتفع المنفعة التى يحققها آخر جنيه ينفق عليها. ويستمر هذا الوضع حتى تتعادل المنفعة الحدية لآخر جنيه منفق على السلعة أ مع المنفعة الحدية لآخر جنيه منفق على السلعة ب.

وتمثل القاعدة السابقة **شرطاً ضرورياً** لتعظيم إشباع المستهلك، ولكنها لا تمثل قاعدة كافية لتحديد الكميات التى سيطلبها المستهلك من السلع المختلفة، إذ أن هذا الشرط الضرورى يستلزم شرطاً كافياً، وهذا **الشرط الكاف** هو أن يكون الإنفاق على الكميات التى يشتريها المستهلك من السلع المختلفة فى حدود دخله النقدى الذى قرر تخصيصه للإنفاق على تلك المجموعة من السلع، وهو ما يطلق عليه قيد الميزانية، أى أن الإنفاق على مجموعة السلع لابد أن يعادل الدخل النقدى المتاح للمستهلك، ويمثل هذا الشرط بالمعادلة التالية:-

الإنفاق = الدخل

$$ث_{أ} \times ك_{أ} + ث_{ب} \times ك_{ب} + \dots\dots + ث_{ن} ك_{ن} = ل$$

حيث :

ث = ثمن الوحدة من السلعة.

ك = الكمية المشتراة من السلعة.

ل = الدخل النقدى للمستهلك.

أ، ب، جـ،....، ن = السلع المختلفة التى ينفق عليها المستهلك دخله.

فإذا افترضنا أن هناك مستهلك خصص مبلغ ٨١ جنيهاً للإنفاق على سلع ثلاث هى أ، ب، جـ وأن المنافع الكلية التى يحصل عليها المستهلك من تلك السلع الثلاث ممثلة بالأعمدة ٢، ٣، ٤ من الجدول رقم (٣-٦)، فكيف سيحدد المستهلك الكميات المطلوبة من السلع الثلاث والتى تعظم إشباعه من تلك السلع أو ما يطلق عليها الكميات التى تحقق توازن المستهلك.

حتى يمكن تحديد الوضع التوازنى للمستهلك نطبق القاعدتين السابق الإشارة إليهما، واللتان تمثلان شروط توازن المستهلك:

نبدأ بتطبيق القاعدة الأولى والتى تمثل الشرط الضرورى لتحقيق توازن المستهلك، وهذا الشرط يتمثل فى تساوى المنفعة التى يحققها آخر جنيه ينفق على السلع الثلاث. وحيث أن المنفعة الحدية للجنيه تمثل المنفعة الحدية المكتسبة من السلعة مقسومة على سعر الوحدة من السلعة، لذلك نقوم بحساب المنفعة الحدية المكتسبة من السلع الثلاث كما تظهر نتائجها فى الأعمدة ٥، ٦، ٧ من الجدول رقم (٦-٣)، ثم نقوم بقسمة المنفعة الحدية المكتسبة لكل سلعة على سعر بيع الوحدة من السلعة كما تظهر نتائجها بالأعمدة ٨، ٩، ١٠ من الجدول رقم (٦-٣). ويتضح من مقارنة الأعمدة الثلاث الأخيرة أن هناك ثلاث توليفات (مجموعات) من السلع الثلاث أ، ب، جـ تحقق الشرط الضرورى وهو تعادل المنفعة الحدية لآخر جنيه منفق على السلع الثلاث.

جدول رقم (٣-٦)
توازن المستهلك فى حالة شراء أكثر من سلعة
(منهج المنفعة الحدية)

وحدات	م ك أ	م ك ب	م ك جـ	م ج أ	م ح ب	م ح جـ	م ح أ / ث أ	م ح ب / ث ب	م ح جـ / ث جـ
١	١٠٠	٧٠	٧٥	١٠٠	٧٠	٧٥	٢٠	١٧,٥	٢٥
٢	١٩٥	١٣٦	١٤١	٩٥	٦٦	٦٦	١٩	١٦,٥	٢٢
٣	٢٨٥	١٩٦	٢٠١	٩٠	٦٠	٦٠	١٨	١٥	٢٠
٤	٣٧٠	٢٥٠	٢٥٥	٨٥	٥٤	٥٤	١٧	١٣,٥	١٨
٥	٤٥٠	٣٠٢	٣٠٦	٨٠	٥٢	٥١	١٦	١٣	١٧
٦	٥٢٥	٣٤٨	٣٥١	٧٥	٤٦	٤٥	١٥	١١,٥	١٥
٧	٥٩٥	٣٩٢	٣٩٠	٧٠	٤٤	٣٩	١٤	١١	١٣
٨	٦٦٠	٤٣٢	٤٢٦	٦٥	٤٠	٣٦	١٣	١٠	١٢
٩	٧٢٠	٤٦٨	٤٥٩	٦٠	٣٦	٣٣	١٢	٩	١١
١٠	٧٧٥	٤٩٨	٤٨٩	٥٥	٣٠	٣٠	١١	٧,٥	١٠

المجموعة الأولى عندما تكون المنفعة الحدية للجنيه المنفق على السلع الثلاث تعادل ١٥ وحدة منفعة، ويكون ذلك عند شراء ٦وحدات من السلعة (أ) و٣ وحدات من السلع (ب) و٦ وحدات من السلعة (جـ).

والمجموعة الثانية عندما تكون المنفعة الحدية للجنيه المنفق على السلع الثلاث تعادل ١٣ وحدة منفعة، ويكون ذلك عند شراء ٨ وحدات من السلعة (أ) و٥ وحدات من السلعة (ب) و٧ وحدات من السلعة (جـ).

والمجموعة الثالثة عندما تكون المنفعة الحدية للجنيه المنفق على السلع الثلاث تعادل ١١ وحدة منفعة بشراء ١٠ وحدات من السلعة (أ) و٧ وحدات من السلعة (ب) و٩ وحدات من السلعة (جـ).

وطالما أن المستهلك سيقوم بشراء مجموعة وحيدة من تلك المجموعات الثلاث لأنه مقيد بالمبلغ المخصص للإنفاق على السلع الثلاث وهو ٨١ جنيه. ولذلك سنقوم بتطبيق القاعدة الثانية والتى تمثل الشرط الكاف لتحقيق توازن المستهلك. وبالتالى ستكون المجموعة التى يتعادل المبلغ المنفق عليها مع الدخل المخصص هى تلك المجموعة التى تحقق توازن المستهلك والتى سيقرر شراء كميات السلع الثلاث التى تعبر عنها تلك المجموعة، ويعبر الجدول (٤-٦) عن هذا الشرط.

جدول رقم (٤-٦)
الإنفاق على المجموعات التى تحقق تساوى م ح للنقود

التوليفات التى تحقق تساوى م ح للنقود	الإنفاق على السلعة أ ث أ × ك أ	الإنفاق على السلعة ب ث ب × ك ب	الإنفاق على السلعة جـ ث جـ × ك جـ	إجمالى إنفاق المستهلك
مجموعة (١)	٥ × ٦	٤ × ٣	٣ × ٦	٦٠
مجموعة (٢)	٥ × ٨	٤ × ٥	٣ × ٧	٨١
مجموعة (٣)	٥ × ١٠	٤ × ٧	٣ × ٩	١٠٥

ويتضح أن المجموعة الثانية هى التى يتعادل الإنفاق عليها مع الدخل الذى خصصة المستهلك للإنفاق على السلع الثلاث، وبالتالى ستكون الكميات المطلوبة من السلع الثلاث هى :

٨ وحدات من السلعة أ.

٥ وحدات من السلعة ب.
٧ وحدات من السلعة جـ.
وسيكون أقصى إشباع ممكن تحقيقه من شراء السلع الثلاث هو:
٦٦٠ + ٣٠٢ + ٣٩٠ = ١٣٥٢ وحدة منفعة.
وستكون المنفعة الحدية للنقود بالنسبة لهذا المستهلك هى ١٣ وحدة منفعة.

وبالتالى ستكون المنفعة الكلية المضحى بها فى هذه الحالة عبارة عن منفعة الدخل النقدى المنفق على السلع الثلاث، وتحسب بضرب الدخل المنفق على السلع الثلاث فى المنفعة الحدية لوحدة النقود بالنسبة للمستهلك:
٨١ × ١٣ = ١٠٥٣ وحدة منفعة

وبالتالى يمكن حساب فائض المستهلك – مقوماً بوحدات منفعة – المتحقق فى هذه الحالة بطرح المنفعة الكلية المضحى بها من المنفعة الكلية المكتسبة لهذا المستهلك عند الوضع التوازنى، ويعادل:

فائض المستهلك = المنفعة الكلية المكتسبة – المنفعة الكلية المضحى بها
= أقصى إشباع متحقق للمستهلك – (الدخل المنفق × م. ح للنقود)
= ١٣٥٢ – ١٠٥٣
= ٢٩٩ وحدة منفعة

تمثل منحنيات السواء أحد الأساليب التى يمكن استخدامها للتعرف على سلوك المستهلك عندما يتخذ قرارات شراء السلع والخدمات التى يرغبها، وكما أشرنا من قبل فإن سلوك المستهلك يحكمه ثلاث متغيرات أساسية، هى:

- أذواق وتفضيلات المستهلك.
- الدخل النقدى للمستهلك.
- أسعار السلع والخدمات.

وتعد منحنيات السواء تعبير بيانى عن ذوق المستهلك وتفضيلاته، وسيتم ترجمة متغيرى الدخل النقدى للمستهلك وأسعار السلع والخدمات فى أداة بيانية يطلق عليها خط الميزانية. ومن ثم يمكن القول بأن تحليل منحنيات السواء إن هو إلا تحليل بيانى لسلوك المستهلك.

١: منحنى السواء وخريطة السواء:

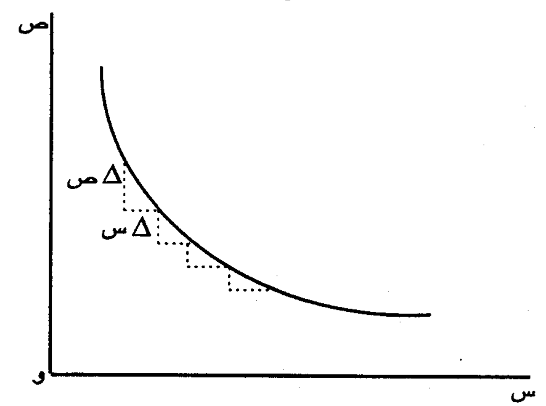
يمثل منحنى السواء توليفات أو مجموعات مختلفة من سلعتين (س) و (س) تحقق للمستهلك مستوى متماثل من الإشباع أو المنافع، ومن ثم فإن جميع تلك المجموعات من السلعتين (س) و(ص) التى تقع على منحنى سواء واحد تكون متساوية التفضيل بالنسبة للمستهلك، أى أن المستهلك لايفضل مجموعة على مجموعة أخرى. ويمكن التعبير عن ذلك بحالة مستهلك يرغب فى شراء سلعتين (س) و(ص) وأمكنه تحديد المجموعات المختلفة من السلعتين التى تحقق له نفس المستوى من الإشباع على النحو المبين بالجدول رقم (١-٧):

جدول رقم (١-٧)
منحنى السواء

المجموعة أو التوليفة	أ	ب	جـ	د	هـ	و
السلعة ص	١٢	٨	٥	٣	٢	١,٥
السلعة س	١	٢	٣	٤	٥	٦
المعدل الحدي للإحلال		٤-	٣-	٢-	١-	٠,٥-

ويتضح من تحليل الجدول رقم (١-٧) أن المستهلك عندما يشترى التوليفة (أ)، والتى تشتمل على ١٢ وحدة من السلعة (ص) ووحدة واحدة من السلعة (س) سوف يحصل على مستوى إشباع معين وليكن ١٠٠ وحدة منفعة. وكذلك فإن شراء المستهلك للتوليفة (ب) والتى تشتمل على ٨ وحدات من السلعة (ص) ووحدتان من السلعة (س) فإنه سيحصل على نفس مستوى الإشباع ١٠٠ وحدة منفعة، وكذلك إذا اشترى التوليفة (جـ) والتى تشتمل على ٥ وحدات من السلعة (ص) وثلاث وحدات من السلعة (س) فإنه سيحصل على نفس مستوى الإشباع ١٠٠ وحدة منفعة،... وهكذا.

شكل رقم (١-٧)
منحنى السواء



وإذا قمنا بتمثيل بيانات الجدول رقم (١-٧) بيانياً فسنحصل علي الصورة البيانية لمنحني السواء والتي يمثلها الشكل البياني رقم (١-٧)،

حيث يمثل المحور الأفقي الكميات التي يرغب المستهلك في شرائها من السلعة (س)، ويمثل المحور الرأسي الكميات التي يرغب المستهلك في شرائهامن السلعة (ص)، ويكون منحني السواء منحدراً من أعلي إلي أسفل بسبب إحلال إحدي السلعتين محل الأخري ومحدب تجاه نقطة الأصل بسبب تناقص المعدل الحدي للإحلال.

١-١ :المعدل الحدى للإحلال :

تقوم فكرة منحنى السواء أساساً على مبدأ الإحلال أى أن المستهلك يقوم بإحلال سلعة محل سلعة أخرى، فهو إذا رغب فى زيادة مشترياته من السلعة (س) سيكون مضضراً لخفض مشترياته من السلعة (ص) والعكس.

ويمثل المعدل الحدى للإحلال عدد الوحدات التى يضحى بها المستهلك من سلعة ولتكن (ص) مقابل زيادة استهلاكه من السلعة الأخرى، ولتكن (س) بوحدة واحدة. ومن ثم فإن المعدل الحدى للإحلال يحسب كالآتى:

$$\text{المعدل الحدى للإحلال} = \frac{\Delta \text{ص}}{\Delta \text{س}}$$

ويجب أن تكون منفعة الكمية التى يتنازل عنها المستهلك من السلعة (ص) مساوية لمنفعة الكمية التى سيحصل عليها المستهلك من السلعة س، حتى يظل مستوى الإشباع المتحقق للمستهلك ثابتاً من جميع التوليفات، وهو ما يطلق عليه شرط تساوى الإشباع لجميع المجموعات التى تقع على نفس منحنى السواء. أى أن :

$$\Delta \text{ص} \times \text{م ح ص} = \Delta \text{س} \times \text{م ح س}$$

وبقسمة الجانب الأيمن من المعادلة على جانبها الأيسر، تكون النتيجة:

$$\frac{\Delta \text{ص}}{\Delta \text{س}} = \frac{\text{م ح س}}{\text{م ح ص}}$$

وهذا يعنى أن المعدل الحدى للإحلال يمكن حسابه بطريقتين، إما عن طريق نسبة تغيرات السلعة (ص) مقسوماً على تغيرات السلعة (س)، أو نسبة المنفعة الحدية للسلعة (س) منسوباً إلى المنفعة الحدية للسلعة (ص). ويمثل المعدل الحدى للإحلال معدل التغير بين نقطتين على منحنى السواء، أى أنه يمثل ميل منحنى السواء.

ويتميز المعدل الحدى للإحلال بأنه متناقص باستمرار، أى أن المستهلك إذا كان مضطراً فى البداية لأن يتنازل عن ٤ وحدات من السلعة (ص) مقابل زيادة استهلاكه من السلعة (س) بوحدة واحدة، فإنه سيتنازل بعد ذلك عن ثلاثة وحدات فقط من (ص) مقابل زيادة استهلاكه من السلعة (س) بوحدة واحدة، وإذا رغب فى زيادة استهلاكه من السلعة (س) بوحدة جديدة سيتنازل عن وحدتين فقط من السلعة (ص)،... وهكذا. ويرجع تفسير ذلك إلى سريان قانون تناقص المنفعة الحدية على السلعتين (س) و(ص)، حيث يترتب على تناقص الكميات المتاحة للمستهلك من السلعة (ص) تزايد المنفعة الحدية للوحدة من هذه السلعة، بينما يترتب على تزايد الكميات المتاحة للمستهلك من السلعة (س) تناقص المنفعة الحدية للوحدة من هذه السلعة. ومن ثم فإن المستهلك يتنازل عن سلعة منفعتها الحدية متزايدة فى مقابل الحصول على سلعة منفعتها الحدية متناقصة، مما يجعله يتمسك بالسلعة الأولى ويخفض المعدل الحدى للإحلال بين السلعتين.

١-٢: خصائص منحنيات السواء:

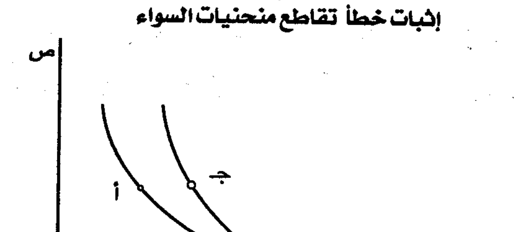
تتميز منحنيات السواء بثلاث خصائص أساسية هى:-

١) تنحدر منحنيات السواء من أعلى إلى أسفل جهة اليمين: وهذا يعنى أن منحنى السواء سالب الميل، ويرجع ذلك إلى أن زيادة الكمية التى يستهلكها الفرد من إحدى السلعتين تتطلب خفض الكمية التى يستهلكها من السلعة الأخرى حتى يحافظ على ثبات مستوى الإشباع على نفس منحنى السواء.

٢) تحـدب منحنى السـواء تجـاه نقطة الأصل، ويرجع ذلك إلى تناقص القيمة المطلقة للمعدل الحدى للإحلال، كلما انتقل المستهلك من توليفة إلى أخرى على نفس منحنى السـواء، كمـا سبق إثبات ذلك عند تحليل مفهوم المعدل الحدى للإحلال.

٣) عـدم تقـاطع منحنيـات السـواء: حـيث يترتب على تقاطع منحنيـات السـواء أن تفقد خريطة السواء أهم خصـائصـها الكنتورية، وهى تدرج الإشبا ع بالانتقال لأعلى أو لأسفل. ويمكن إثبات ذلك من خلال الشكل التالى:

شكل رقم (٢-٧)
إثبات خطأ تقاطع منحنيات السواء



يتضح من قـراءة الشكل (٢-٧) أن الكميـات المقابلة للمجـموعة (أ) من السلعتين (ص) و(س) تعطى نفس مستوى إشبا ع الكميات المقابلة للمجموعة (ب) من السلعـتين (ص) و(س)، لأن المجموعتين (أ)، (ب) على نفس منحنى السواء.

كما أن الكميات المقابلة للمجموعة (ب) من السلعتين (ص) و(س) تعطى نفس مستوى إشبا ع الكميات المقابلة للمجموعة (جـ) من السلعتين (ص) و(س)، لأن المجموعتين (جـ) و(ب)على نفس منحنى السواء.

ومن ثم يكون من المنطقى أن تعطى الكميات المقابلة للمجموعة جـ من السلعتين، (ص) و (س) نفس مستوى إشباع الكميات المقابلة للمجموعة أ من السلعتين (ص) و(س)، أي أن مستوي إشباع المجموعة (أ) يعادل مستوي إشباع المجموعة (جـ).

ولكن هذا غير صحيح ويمثل نتيجة خاطئة لأن المجموعة جـ تقع على منحنى سواء أعلى من المنحنى الذى تقع عليه المجموعة أ، وبالتالى يكون مستوى إشباع المجموعة جـ أكبر من مستوى إشباع المجموعة (أ).

وبالتالى فإن تقاطع منحنيات السواء يعطى نتائج خاطئة، ولذلك فإن عدم تقاطع منحنيات السواء يمثل خاصية أساسية لها، وإن كان ذلك لايعنى أن تكون منحنيات السواء متوازية، إذ يمكن أن تتقارب ولكن لا يمكن أن تتقاطع.

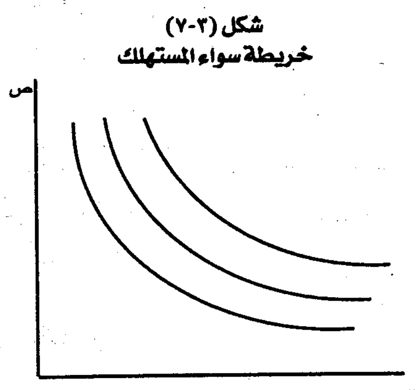
١-٣: خريطة السواء:

تمثل خريطة السواء مجموعة منحنيات السواء المختلفة الخاصة بالمستهلك، وتمثل المستويات المختلفة للإشباع التى يمكن أن يحصل عليها المستهلك من السلعتين (ص) و(س). فكلما انتقل منحنى السواء لأعلى يزداد مستوى الإشباع الذى يمكن أن يحصل عليه المستهلك، وكلما انتقل منحنى السواء لأسفل انخفض مستوى الإشباع الذى يمكن أن يحصل عليه المستهلك.

وينتقل منحنى السواء لأعلى إذا زادت الكميات المستهلكة من السلعتين معاً، أو عند زيادة الكميات المستهلكة من إحدى السلعتين مع ثبات الكميات المستهلكة من السلعة الأخرى. وينتقل منحنى السواء لأسفل إذا انخفضت الكميات المستهلكة من السلعتين معاً، أو عند انخفاض الكميات المستهلكة من إحدى السلعتين مع ثبات الكميات المستهلكة من السلعة الأخرى. وتكون

خريطة سواء المستهلك دائماً الصورة الموضحة بالشكل رقم (٣-٧)، حيث تنطبق علي هذا الشكل خصائص منحنيات السواء الثلاث المشار إليها في البند السابق.

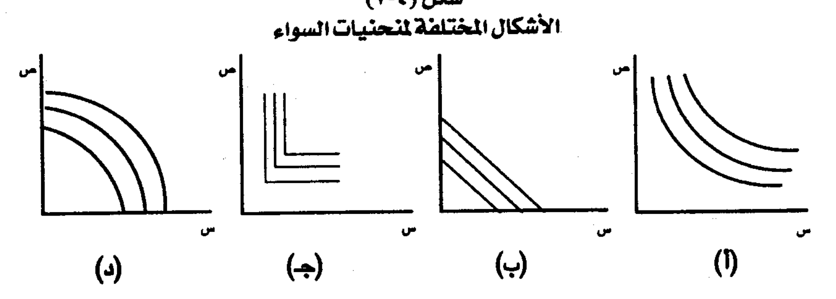
شكل (٣-٧)
خريطة سواء المستهلك



٤-١ : الأشكال المختلفة لمنحنيات السواء:

يختلف شكل منحنى السواء بحسب طبيعة العلاقة بين السلعتين اللتين تتكون منهما خريطة سواء المستهلك، وذلك كما يتضح من الشكل (٤-٧):

شكل (٤-٧)
الأشكال المختلفة لمنحنيات السواء



١) حالة سلعتين بديلتين غير تامتين التبادل:

عندما تكون السلعتين المكونتين لخريطة سواء المستهلك بديلين غير تامين التبادل مثل اللحوم والخبز أو الأرز والأسماك، يكون منحنى السواء محدب تجاه نقطة الأصل، ومن ثم يكون المعدل الحدى للإحلال سالب، ولكن قيمته

المطلقة تكون متناقصة. ويكون شكل خريطة سواء المستهلك فى هذه الحالة كما هو موضح فى الشكل رقم (٤-٧/أ).

٢) حالة سلعتين بدليتين تامتين التبادل:

عندما تكون السلعتين المكونتين لخريطة سواء المستهلك بديلين تامين التبادل مثل الأرز والمكرونة أو السمك واللحوم، يكون منحنى السواء خط مستقيم، ومن ثم يكون المعدل الحدى للإحلال سالب الميل، ولكن قيمته المطلقة تكون ثابتة. ويكون شكل خريطة سواء المستهلك فى هذه الحالة كما هو موضح بالشكل (٤-٧/ب).

٣) حالة سلعتان مكملتان:

عندما تكون السلعتين المكونتين لخريطة سواء المستهلك مكملتان مثل الشاى والسكر أو البنزين والسيارات أو القمصان والبنطلونات، يكون منحنى السواء زاوية قائمة، بمعنى أن زيادة الكمية المستهلكة من إحدى السلعتين يتطلب زيادة الكمية المستهلكة من السلعة الأخرى، والعكس، ولايمكن إحلال إحداهما محل الأخرى، أى يكون المعدل الحدى للإحلال فى هذه الحالة مساوياً للصفر. ويكون شكل خريطة سواء المستهلك فى هذه الحالة كما هو موضح فى الشكل (٤-٧/جـ).

٤) حالة سلعتان إحداهما ضرورية والأخرى غير ضرورية :

عندما تكون السلعتين المكونتين لخريطة سواء المستهلك احداهما ضرورية والأخرى غير ضرورية مثل السجائر والأقلام لشخص غير مدخن أو البنزين والأحذية لشخص لايمتلك سيارة يكون منحنى السواء مقعر تجاه نقطة الأصل، ومن ثم يكون المعدل الحدى للإحلال سالب، ولكن قيمته المطلقة تكون متزايدة، لأن المستهلك سيقوم بإحلال سلعة ذات منفعة موجبة له محل سلعة عديمة المنفعة، ومن ثم سيكون مستعداً للتنازل عن كميات متزايدة من السلعة عديمة المنفعة مقابل أي وحدة إضافية يمكنه الحصول عليها من

السلعة الأخرى. ويكون شكل خريطة سواء المستهلك فى هذه الحالة كما هو موضح بالشكل (٤-٧/ د)

٢: خط الميزانية:

يُحدد خط الميزانية المجموعات المختلفة من السلعتين (ص) و(س) التى يكون فى مقدور المستهلك أن يحصل عليها فى حدود دخله النقدى المتاح وأسعار هاتين السلعتين. ويُفترض فى الأجل القصير ثبات الدخل النقدى المتاح للمستهلك، وكذلك ثبات الأسعار حيث يُفترض ثبات المحددات السوقية للأسعار فى الأجل القصير.

فإذا افترضنا أن الدخل النقدى المتاح للمستهلك للإنفاق على السلعتين (ص) و(س) يعادل ١٠٠ جنيه، وأن سعر الوحدة من السلعة (ص) ٤ جنيهات وسعر الوحدة من السلعة (س) ٢ جنيه.

فإذا قرر المستهلك إنفاق كل دخله على السلعة (ص) فقط فإنه يستطيع أن يحصل على ٢٥ وحدة من السلعة ص، ولايتمكن من شراء شىء من السلعة س، وتكون توليفة كميات السلعتين (ص) و(س) التى يمكن شراؤها فى هذه الحالة هو ٢٥ وحدة من السلعة (ص) وصفر من السلعة س. وإذا قرر المستهلك شراء ١٠ وحدات من السلعة (س) فإنه سينفق عليها ٢٠ جنيهاً، ويتبقى له مبلغ ٨٠ جنيهاً للإنفاق على السلعة (ص) يمكنه بها شراء ٢٠ وحدة من هذه السلعة، وتكون توليفة السلعتين (ص) و(س) التى يمكن شراؤها فى هذه الحالة هى ٢٠ وحدة من السلعة (ص) و ١٠ وحدات من السلعة س.وإذا قرر المستهلك شراء ٢٠ وحدة من السلعة (س) فإنه سينفق عليها ٤٠ جنيهاً، ويتبقى له مبلغ ٦٠ جنيهاً للإنفاق على السلعة (ص) حيث يمكنه بها شراء ١٥ وحدة من هذه السلعة، وتكون توليفة كميات السلعتين (ص) و(س) التى يمكن شراؤها فى هذه الحالة (ص) ١٥ وحدة من السلعة (ص) و٢٠ وحدة من السلعة (س)،.... وهكذا ويمكن أن تستمر هذه العملية

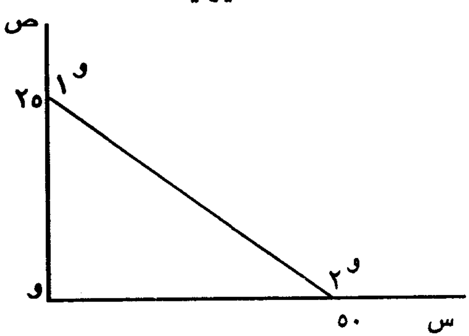
حتى يصل المستهلك إلى إنفاق دخله بالكامل على السلعة (س) وعندئذ يمكنه شراء ٥٠ وحدة من السلعة (س) ولايتبقى شيء للإنفاق على السلعة (ص) ومن ثم لايحصل على شئ من هذه السلعة. وتكون توليفة كميات السلعتين (ص) و(س) في هذه الحالة هى صفر من السلعة (ص) و٥٠ وحدة من السلعة (س). ذلك كما يتضح من الجدول (٧-٢).

جدول (٢-٧)
التوليفات الممكنة لتوزيع الدخل المتاح للمستهلك
على السلعتين (ص) و(س) فى ظل ثبات أسعارهما

التوليفة	١	٢	٣	....	ن
كميات ص	٢٥	٢٠	١٥	....	صفر
كميات س	صفر	١٠	٢٠	....	٥٠

ويمكن تمثيل بيانات الجدول (٢-٧) بيانياً، حيث يمثل المحور الأفقى الكميات التى يمكن للمستهلك الحصول عليها من السلعة (س) فى حدود دخله المتاح والأسعار السائدة، ويمثل المحور الرأسى الكميات التى يمكن للمستهلك الحصول عليها من السلعة (ص) فى ضوء نفس القيود. ويمثل الخط و١ و٢ جميع المجموعات (التوليفات) التى يمكن للمستهلك الحصول عليها من السلعتين (ص) و(س) فى ضوء دخله النقدى المتاح للإنفاق على السلعتين، والأسعار السوقية السائدة للسلعتين:

شكل (٥-٧)
خط الميزانية



ويتضح من الشكل (٥-٧) أن المسافة و و$_١$ على المحور الرأسى تمثل إنفاق الدخل بالكامل على السلعة (ص)، وهى تعادل الدخل المتاح مقسوماً على سعر السلعة (ص)، أى أن :

$$و و_١ = \frac{ى}{ث_١}$$

حيث : ى = الدخل النقدى المتاح للمستهلك للإنفاق على السلعتين (ص) و(س)

ث$_١$ = ثمن الوحدة من السلعة (ص).

كما تمثل المسافة و و$_٢$ على المحور الأفقى إنفاق الدخل بالكامل على السلعة (س) وهى تعادل الدخل المتاح مقسوماً على سعر السلعة (س)، أى أن :

$$و و_٢ = \frac{ى}{ث_٢}$$

حيث : ث$_٢$ = ثمن الوحدة من السلعة (س).

ويمكن الحصول على ميل خط الميزانية و$_١$ و$_٢$ بحساب ظل الزاوية التى يصنعها هذا الخط مع المحور الأفقى:

$$\text{ميل خط الميزانية} = \text{ظل الزاوية } و_١و_٢و = \frac{\text{المقابل}}{\text{المجاور}}$$

$$= \frac{و و_١}{و و_٢} = \frac{ى}{ث ص} \div \frac{ى}{ث س}$$

$$= \frac{ى}{ث ص} \times \frac{ث س}{ى}$$

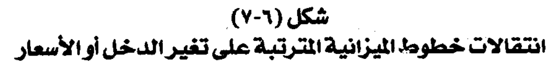
$$= \frac{ث س}{ث ص}$$

أى أن ميل خط الميزانية فى هذه الحالة يتمثل فى النسبة بين سعرى السلعتين، أى النسبة بين سعر الوحدة من السلعة (س) منسوباً إلى سعر الوحدة من السلعة (ص).

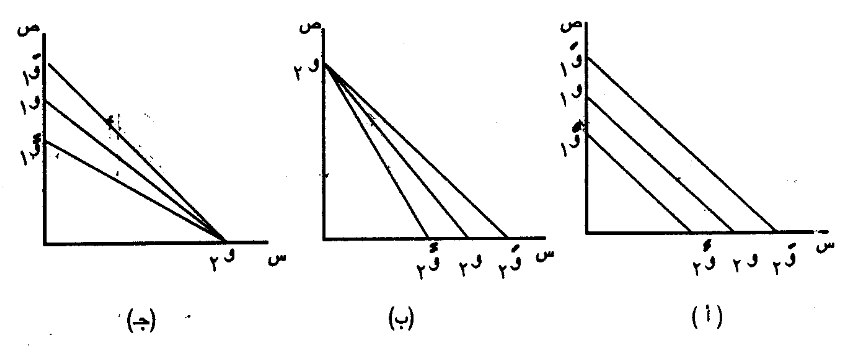
٢-١: تغير الدخل وانتقال خط الميزانية:

حتى يمكن توضيح الأثر الذى يتركه تغير الدخل النقدى للمستهلك على خط الميزانية سنفترض تغير دخل المستهلك مع عدم تغير الأسعار وثباتها عند مستواها السائد فى السوق. وبالتالى فعندما يرتفع دخل المستهلك مع ثبات أسعار السلعتين (ص) و(س) فإنه سيتمكن من شراء كميات أكبر من السلعتين عما كان يمكنه الحصول عليه بدخله السابق، وسينتقل خط الميزانية بالكامل لأعلى ليصبح ($و'_1$ $و'_2$) ويكون موازياً لخط الميزانية الأصلى ($و_1$ $و_2$). وعندما ينخفض دخل المستهلك مع ثبات أسعار السلعتين (ص) و (س) فإنه سيضطر لشراء كميات أقل من السلعتين عما كان يمكنه الحصول عليه بدخله السابق، وسينتقل خط الميزانية بالكامل لأسفل ليصبح ($و''_1$ ، $و''_2$)، ويكون موازياً لخط الميزانية الأصلى ($و_1$ $و_2$).

ويلاحظ أن انتقالات خطوط الميزانية المترتبة على تغير الدخل النقدى مع ثبات أسعار السلعتين (ص) و(س) تكون متوازية : أى أن ميل جميع هذه الخطوط يظل ثابتاً برغم تغير الدخل، لأن الميل هو الأسعار النسبية للسلعتين (ص) و(س) وأن هذه الأسعار لم تتغير كما يتضح من الشكل (٦-٧/أ):



شكل (٦-٧)
انتقالات خطوط الميزانية المترتبة على تغير الدخل أو الأسعار



٢-٢: تغير سعر السلعة وانتقال خط الميزانية:

حتى يمكن توضيح الأثر الذى يتركه تغير سعر السلعة على خط الميزانية سنفترض تغير سعر إحدى السلعتين مع ثبات سعر السلعة الأخرى، وكذلك سنفترض ثبات دخل المستهلك.

فإذا انخفض سعر الوحدة من السلعة (س) يمكن للمستهلك شراء كميات أكبر من السلعة (س) عما كان يمكنه الحصول عليه بالسعر السابق مع احتفاظه بقدرته على شراء نفس الكميات السابقة من السلعة (ص)، وسينتقل خط الميزانية بالكامل لأعلى ولكن فى اتجاه السلعة (س)، ومن ثم يرتفع ميل خط الميزانية مع انخفاض سعر السلعة س. وإذا ارتفع سعر السلعة (س) فسيضطر المستهلك إلى شراء كميات أقل من السلعة س، عما كان يمكنه الحصول عليه بالسعر السابق، مع احتفاظه بقدرته على شراء نفس الكميات السابقة من السلعة (ص). وسينتقل خط الميزانية بالكامل لأسفل ولكن فى اتجاه السلعة س، ومن ثم ينخفض ميل خط الميزانية مع ارتفاع سعر (س)، كما يتضح من الشكل (٦-٧/ب).

ويتضح أن تغير سعر السلعة (س) مع ثبات سعر (ص) والدخل النقدى للمستهلك سيؤدى إلى تعديل خط الميزانية ولكن فى اتجاه معاكس لتغير

سعر هذه السلعة، مع تغير ميل خط الميزانية فى اتجاه معاكس كذلك لاتجاه تغير السعر.

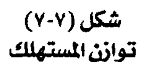
وبنفس الطريقة يمكن تتبع أثر تغير سعر السلعة (ص) مع ثبات سعر السلعة (س) وثبات الدخل النقدى المتاح للمستهلك على انتقالات خط الميزانية. حيث سينتقل خط الميزانية فى هذه الحالة بالكامل ولكن من ناحية المحور الرأسى، مع ثباته من ناحية المحور الأفقى، كما يوضحه الشكل (٦-٧/جـ)، ويتغير ميل خط الميزانية فى هذه الحالة، ولكن فى نفس اتجاه تغير سعر السلعة ص.

٣: توازن المستهلك:

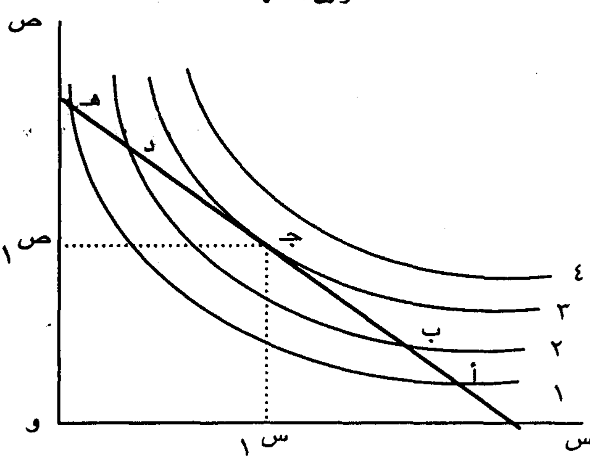
يقصد بتوازن المستهلك تحديد الوضع الأمثل للمستهلك فى ضوء تفضيلاته أو أذواقه التى يدركها جيداً، وفى ضوء دخله النقدى المتاح وفى ضوء الأسعار السائدة للسلعتين اللتين يتخذ قرار الشراء بالنسبة لهما. ويتحقق هذا الوضع الأمثل عندما يتخذ المستهلك قراره بشراء كميات معينة من السلعتين (ص) و(س) تحقق له أقصى إشباع ممكن.

وتتمثل التوليفة التى تحقق توازن المستهلك فى تلك التوليفة التى تتلاقى عندها رغبة المستهلك فى الشراء (ممثلة فى خريطة السواء) مع قدرة المستهلك على الشراء (ممثلة فى خط الميزانية)، أى أن التوليفة المثلى هى توليفة تقع على منحنى سواء فى خريطة سواء المستهلك وفى نفس الوقت تقع على خط ميزانية المستهلك، وتكون الكميات المقابلة لهذه التوليفة من السلعتين (ص) و(س) هى الكميات التى سيطلبها المستهلك، ويتخذ بشأنها قرار الشراء الفعلى.

ويمكن توضح ذلك من خلال الشكل (٧-٧) والذى يجمع خريطة سواء المستهلك الموضحة بالشكل (٣-٧) مع خط ميزانية المستهلك بالشكل (٥-٧):



شكل (٧-٧)
توازن المستهلك



ويتضح من دراسة الشكل رقم (٧-٧) أن توازن المستهلك يتحقق عند النقطة التى يمس فيها خط الميزانية أعلى منحنى سواء ممكن فى خريطة سواء المستهلك، ويتحقق ذلك عند النقطة جـ حيث يمس خط الميزانية منحنى السواء رقم (٣)، وبالتالى فإن المستهلك سيشترى الكمية وص١ من السلعة (ص) والكمية وس١ من السلعة (س) ليحقق أقصى إشباع ممكن وهو مستوى الإشباع الذى يمثله منحنى السواء رقم (٣).

ويلاحظ أن المجموعات الممثلة بالنقاط أ، ب، جـ، د، هـ تقع جميعاً على خط الميزانية، أى أنه سيكون فى مقدور المستهلك شراء الكميات المقابلة لأى من تلك النقاط من السلعتين (ص) و(س). ولكن يلاحظ أن النقطة جـ هى الوحيدة التى تحقق مستوى إشباع أعلى من الإشباع الذى تحققه النقاط أ، ب، د، هـ. وبالتالى فإن المجموعة جـ هى التى تحقق للمستهلك أقصى إشباع ممكن، وتكون الكميات المقابلة لها من السلعتين (ص) و(س) هى الكميات التى سيطلبها المستهلك فى ضوء دخله النقدى المتاح والأسعار السائدة فى السوق للسلعتين.

وطالما أن خط الميزانية يمس منحنى السواء عند نقطة التوازن جـ، تكون

عند هذه النقطة القيمة المطلقة لميل منحنى السواء مساوياً لميل خط الميزانية، أى أنه عند نقطة التوازن يكون :

$$\frac{\Delta \text{ص}}{\Delta \text{س}} = \frac{\text{ث س}}{\text{ث ص}} \quad \text{..............} (١)$$

ويمثل ذلك شرط توازن المستهلك، ويمكن تعديل هذا الشرط، فقد أثبتنا قبل ذلك عند حساب المعدل الحدي للإحلال أن:

$$\frac{\Delta \text{ص}}{\Delta \text{س}} = \frac{\text{م ح س}}{\text{م ح ص}} \quad \text{..............} (٢)$$

وبالتالى فإن :

$$\frac{\text{م ح س}}{\text{م ح ص}} = \frac{\text{ث س}}{\text{ث ص}} \quad \text{..............} (٣)$$

وتمثل المعادلة (٣) صورة جديدة لشرط توازن المستهلك.

وبقسمة الطرف الأيمن من المعادلة السابقة على الطرف الأيسر، نستنتج أن:

$$\frac{\text{م ح س}}{\text{ث س}} = \frac{\text{م ح ص}}{\text{ث ص}}$$

وهو نفس شرط التوازن الذى توصلنا إليه باستخدام منهج المنفعة الحدية عندما يشترى المستهلك أكثر من سلعة، أى أن استخدام أسلوب المنفعة الحدية أو أسلوب منحنيات السواء لتحليل سلوك المستهلك سيؤدى إلى نفس النتائج بالرغم من اختلاف الوسيلة.

٣-١: أثر تغير الدخل على توازن المستهلك :

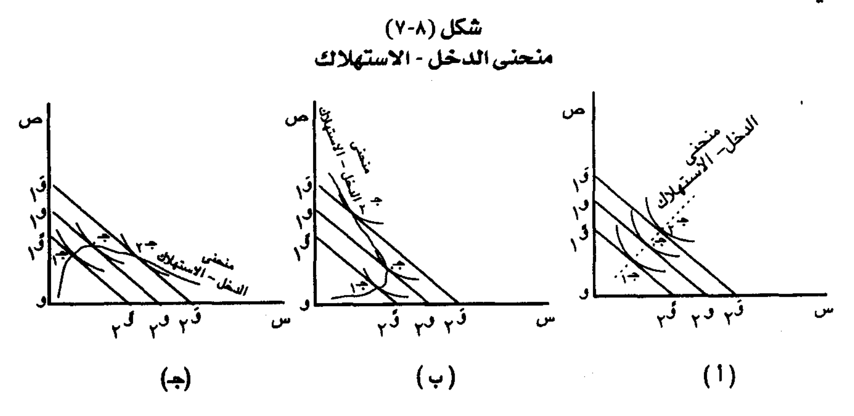
يؤدى تغير الدخل مع بقاء الأشياء الأخرى على حالها (الأسعار والأذواق) كما رأينا سابقاً إلى انتقال خط الميزانية بالكامل لأعلى عند زيادة الدخل وينتقل إلى أسفل عند انخفاض الدخل، وتكون خطوط الميزانية متوازية عند تغير الدخل مع ثبات الأشياء الأخرى.

وعندما يرتفع الدخل يتحقق توازن المستهلك عند مستوى إشباع أعلى حيث يمس خط الميزانية الجديد منحنى سواء أعلى، وعندما ينخفض الدخل يتحقق توازن المستهلك عند مستوى إشباع أقل حيث يمس خط الميزانية الجديد منحنى سواء منخفض. ويمثل المحل الهندسى لنقاط التوازن المترتبة على تغير الدخل منحنى الدخل - الاستهلاك ويمثله المنحنى و جـ١ جـ. جـ٢ وقد يأخذ هذا المنحنى أحد ثلاث أشكال.

ويمثل الشكل (٨-٧/أ) حالة تكون فيها السلعتين (ص) و(س) سلعتين عاديتين، حيث تزداد الكميات المطلوبة منهما مع زيادة الدخل وتنخفض الكميات المطلوبة منهما مع انخفاض الدخل، ويتضح أن خط الدخل - الاستهلاك موجب الميل.

ويمثل الشكل (٨-٧/ب) حالة تكون فيها السلعة (س) سلعة ردئية، حيث يترتب على انخفاض الدخل زيادة الكمية المطلوبة منها بينما يترتب على زيادة الدخل نقص الكمية المطلوبة منها. وفى نفس الشكل تكون السلعة (ص) سلعة عادية.

شكل (٨-٧)
منحنى الدخل - الاستهلاك



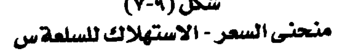
ويمثل الشكل (٨-٧/جـ) حالة تكون فيها السلعة (ص) سلعة ردئية، حيث يترتب على زيادة الدخل انخفاض الكمية المطلوبة منها، بينما يترتب

على انخفاض الدخل زيادة الكمية المطلوبة منها. وفى نفس الشكل تكون السلعة (س) سلعة عادية.

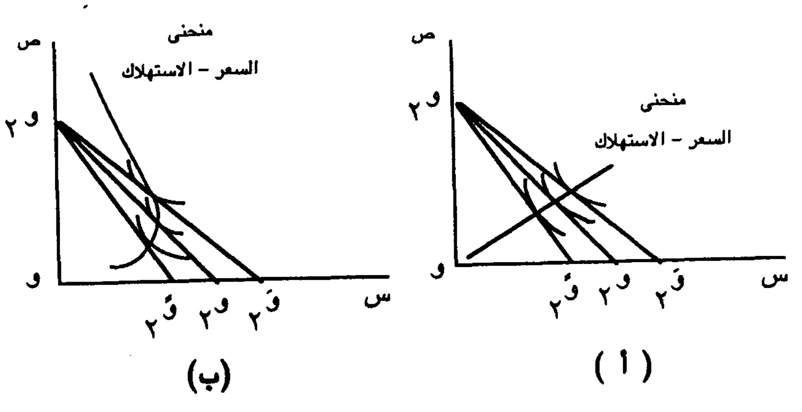
٣-٢ أثر تغير سعر السلعة على توازن المستهلك:

يؤدى تغير سعر إحدى السلعتين (ص) أو(س) مع بقاء الأشياء الأخرى على حالها كما رأينا سابقاً، إلى انتقال خطط الميزانية بالكامل لأعلى عند انخفاض سعر السلعة، ولكنه ينتقل فى اتجاه السلعة التى تغير سعرها ويظل ثابت عند نقطة واحدة على المحور الذى يمثل السلعة التى لم يتغير سعرها. ولذلك فإن ميل خطوط الميزانية سيتغير مع تغير سعر السلعة بعكس حالة تغير الدخل.

وعندما ينخفض سعر السلعة يتحقق توازن المستهلك عند مستوى إشباع أعلى حيث يمس خط الميزانية الجديد منحنى سواء أعلى، وعندما يرتفع سعر السلعة يتحقق توازن المستهلك عند مستوى إشباع أقل حيث يمس خط الميزانية الجديد منحنى سواء منخفض. ويمثل المحل الهندسى لنقاط التوازن المترتبة على تغير سعر السلعة منحنى السعر - الاستهلاك. ويمثله المنحنى و جـ١ جـ جـ٢، وقد يأخذ هذا المنحنى أحد أربعة أشكال :



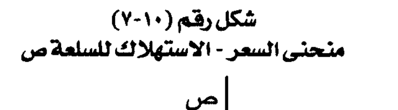
شكل (٩-٧)
منحنى السعر - الاستهلاك للسلعة س

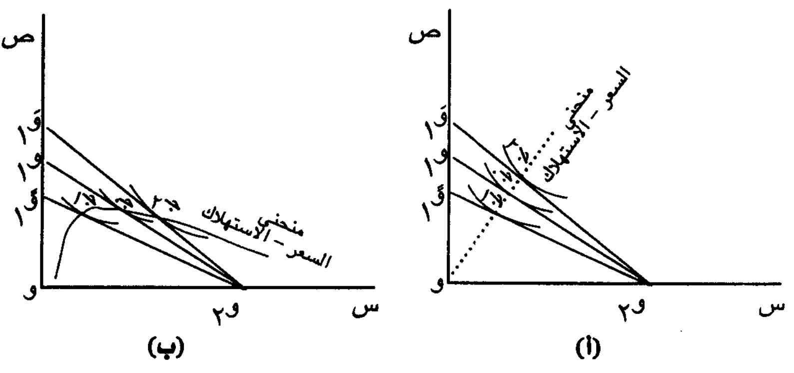


ويمثل الشكل (٩-٧/أ) حالة تكون فيها السلعة (س) لسلعة عادية، حيث تزداد الكمية المطلوبة منها مع انخفاض سعرها وتنخفض الكمية المطلوبة منها مع ارتفاع سعرها، ويتضح أن منحنى السعر – الاستهلاك موجب الميل.

ويمثل الشكل (٩-٧/ب) حالة تكون فيها السلعة (س) سلعة من سلع الفقراء (سلعة جيفن) حيث تنخفض الكمية المطلوبة منها مع انخفاض سعرها وتزداد الكمية المطلوبة منها مع ارتفاع سعرها، ويتضح أن منحنى السعر – الاستهلاك سالب الميل.

ويمكن إجراء نفس التحليل بالنسبة لأثر تغير سعر السلعة (ص) وذلك على النحو الذى يمثله الشكل (١٠-٧)، فنجد أن الشكل (١٠-٧/ أ) حالة يكون فيها السلعة (ص) سلعة عادية، حيث تزداد الكمية المطلوبة منها مع انخفاض سعرها وتنخفض الكمية المطلوبة منها مع ارتفاع سعرها، ويتضح أن منحنى السعر – الاستهلاك موجب الميل.


شكل رقم (١٠-٧)
منحنى السعر - الاستهلاك للسلعة ص



ويمثل الشكل (١٠-٧/ ب) حالة تكون فيها السلعة (ص) سلعة من سلع الفقراء (جفين)، حيث تنخفض الكمية المطلوبة منها مع انخفاض سعرها تزداد الكمية المطلوبة منها مع ارتفاع سعرها، ويتضح أن منحنى السعر – الاستهلاك سالب الميل.

٣-٣: أثر الإحلال وأثر الدخل:

عندما يتغير سعر السلعة بالارتفاع أو الانخفاض فإن الكمية المطلوبة من السلعة تتغير بالزيادة أو النقصان بحسب نوع السلعة فيما إذا كانت عادية أو سلعة من سلع الفقراء (سلعة جيفن). ويعزى التغير فى الكمية المطلوبة المترتب على تغير سعر السلعة إلى أثرين يكونان معاً أثر السعر :

الأول: أثر الإحلال: عندما يرتفع سعر إحدى السلع، فإن السلع الأخرى تصبح أرخص نسبياً (برغم عدم تغير سعرها)، ومن ثم يقوم المستهلك بإحلال السلع الرخيصة نسبياً محل السلعة الغالية نسبياً.
وعندما ينخفض سعر إحدى السلع، فإن السلع الأخرى تصبح غالية نسبياً (برغم عدم تغير سعرها)، ومن ثم يقوم المستهلك بإحلال السلعة التى أصبحت رخيصة نسبياً محل السلع الأخرى والتى أصبحت غالية نسبياً.
ويعرف أثر الإحلال بأنه التغير فى الكمية المطلوبة من السلعة المترتب على تغير السعر النسبى للسلعة (أى سعر السلعة منسوباً لأسعار السلع الأخرى)
وفى جميع الأحوال يكون أثر الإحلال سالب، أى أن التغير فى الكمية المطلوبة المترتب على أثر الإحلال يكون فى عكس اتجاه تغير سعر السلعة.

الثانى: أثر الدخل: يمثل التغير فى الكمية المطلوبة من السلعة المترتب على تغير الدخل الحقيقى[1] للمستهلك بعد تجنيب أثر الإحلال، فعندما يرتفع سعر إحدى السلع فإن الدخل الحقيقى للمستهلك ينخفض (برغم ثبات الدخل النقدى)، أى تنخفض قدرة المستهلك على الشراء.
وعندما ينخفض سعر إحدى السلع فإن الدخل الحقيقى للمستهلك يرتفع (برغم ثبات الدخل النقدى)، أى تزداد قدرة المستهلك على الشراء.

---

(١) يُعرف الدخل الحقيقي بأنه كمية السلع والخدمات التي يستطيع أن يحصل عليها المستهلك عند مستوي الأسعار السائد وثبات مستوي الدخل النقدي.

ويكون أثر الدخل موجباً بالنسبة للسلع العادية، أى أن التغير فى الكمية المطلوبة المترتب على أثر الدخل بالنسبة لهذه السلع يكون فى نفس اتجاه تغير الدخل الحقيقى للمستهلك. ويكون أثر الدخل سالب بالنسبة للسلع الدنيا (السلع الرديئة، وسلع الفقراء)، أى أن التغير فى الكمية المطلوبة المترتب على أثر الدخل بالنسبة لهذه السلع يكون فى عكس اتجاه تغير الدخل الحقيقى للمستهلك.

الباب الرابع

سلوك المنتج
فى إطار قواعد السوق الحر

- تحليل علاقات الإنتاج فى المنشأة
- تحليل تكاليف الإنتاج فى المنشأة

مقدمـــــة:

يمكن تعـريف الإنتـاج بأنه نشـاط اقـتصـادى يخلق منافع حـاليـة أو مستقبلية، وإذا كان الإنتاج يمثل عملية تحويل المدخلات (الموارد الاقتصادية من عمل وتنظيم ورأس المال والأرض (المواد الخام) والمدخلات الوسيطة إلى مخرجات (سلع وخدمات). فإن تلك المخرجات من سلع وخدمات تمثل المنافع المتولدة عن نشاط الإنتـاج كنشـاط اقتـصادى. وبصفـة عامة يمكن تعريف الإنتـاج بأنه تحـويل الأشـيـاء من صـورتهـا الحـالية إلى صـورة أخـرى تكون أقرب إلى (أو أكـثر قدرة على) تحقيق منفـعة تشـبع حاجة (أو رغبة) لدى أفراد المجتمع. ويمكن أن تتم عملية التحويل هذه بثلاثة أشكال.

إنتاج المنفعة الشكلية : يشمل العمليات التحويلية التى يترتب عليها تغيير صـورة الأشـيـاء الموجودة فى الطبيـعـة إلى صـورة جـديدة تكون أقرب إلى إشبـاع رغبـة أو حاجـة للأفـراد، مـثل زراعة الأرض بالأشـجـار أو قطع أشـجـار الغـابات وتحـويل الأشـجـار إلى أخشـاب وتحـويل الأخـشـاب إلى أثاث.. وهكذا.

إنتاج المنفعة الزمانية : يشمل العمليات التحويلية التى يترتب عليها نقل الوقت الذى تعرض فيه السلعة من فترة إلى فترة أخرى فى المستقبل، ولايتحقق ذلك إلا للمنتجات والأشياء القابلة للتخزين، وبالتالى فإن جميع المنشـآت التى تنتج خدمـات التـخـزين سـواء بالتـبـريد أو التـجـفـيف أو البسترة..... وغيرها فإنها تنتج المنفعة الزمانية.

إنتاج المنفعة المكانية : يشمل جميع العمليات التحويلية التى يترتب عليها نقل المنتجات من أماكن إنتاجها إلى أماكن الطلب عليها، وبالتالى فإن جميع المنشآت التى تنتج خدمات النقل – سواء البرى أو المائى أو الجوى للسلع أو النقل الإلكترونى للخدمات عبر شبكات المعلومات الدولية، وكذلك يشتمل هذا النوع من الإنتاج على جميع الخدمات المساندة التي ترتبط

بنشاط النقل ، مثل: خدمات الشحن والتفريغ ، بل وجميع خدمات تشغيل الموانئ سواء البرية أو الجوية أو البحرية والنهرية - فأنها تنتج المنفعة المكانية.

ومن هنا فإن تحليل الإنتاج فى هذا الكتاب لايقتصر على نوع معين من المنشآت الإنتاجية، ولكنه يمثل حالة عامة يمكن تطبيقها على جميع المنشآت الإنتاجية. سواء كانت مخرجاتها سلعية أياً كانت أولية أو وسيطة أو نهائية، وسواء كانت منتجاتها خدمية، سواء كانت خدمات وسيطة أو نهائية، ويقصد بالخدمات الوسيطة الخدمات المنتجة لإشباع حاجات وحدات إنتاجية أخرى، بينما يقصد بالخدمات النهائية الخدمات المنتجة لإشباع حاجات أفراد المجتمع بصورة مباشرة. وإن كانت هناك منشآت بطبيعها تنتج خدمات نهائية فقط مثل منشآت إنتاج خدمات الترفيه. إلا أن معظم المنشآت المنتجة للخدمات فإن جزء من إنتاجها يتجه إلى منشآت إنتاجية أخرى (خدمات وسيطة) ويتجه الجزء الآخر إلى المستهلكين النهائيين من أفراد المجتمع، مثل الخدمات المصرفية وخدمات التأمين وخدمات النقل،.......

فمثلاً جميع خدمات نقل الركاب تعد خدمات نهائية لأنها تعطي إشباعاً للمستهلك النهائي مباشرة[1]، بينما خدمات نقل السلع تعد خدمات وسيطة لأنها لاتعطي إشباعاً مباشراً للمستهلك النهائي، بل أن المستهلك النهائي لن يحصل علي منافع خدمات نقل السلع إلا عند استهلاكه لتلك السلع المنقولة.

وسيتم تحليل الإنتاج فى هذا الباب من خلال فصلين، تحت العنوانين التالية :

- ***تحليل علاقات الإنتاج في المنشأة.***
- ***تحليل تكاليف الإنتاج فى المنشأة***

---

(١) وبالرغم من ذلك يمكن استثناء خدمات نقل العمال من مساكنهم إلي أماكن عملهم في المشروعات الإنتاجية المختلفة ، إذ يمكن اعتبارها من الخدمات الإنتاجية.

الفصل الثامن
تحليل علاقات الإنتاج فى المنشأة

يقصد بعلاقات الإنتاج تلك العلاقات التى تربط بين الكميات المستخدمة من مدخلات الإنتاج والكمية المنتجة من المُنتِّج سواء كان هذا المُنتَّج سلعة أو خدمة. وتختلف علاقات الإنتاج بحسب الفترة الزمنية التى يتم فيها تحليل علاقات الإنتاج داخل المنشأة. فيما إذا كانت فترة السوق (الفترة القصيرة جداً)، أو الفترة القصيرة، أو الفترة الطويلة، وتجدر الإشارة إلى أن معيار التقسيم لتلك الفترات ليس طول الفترة الزمنية أيام أو شهور أو سنوات، ولكن معيار التقسيم هو مدى المرونة المتاحة للمنشأة لتغيير كميات المدخلات المستخدمة فى العملية الإنتاجية داخل المنشأة.

١ :اختلاف علاقات الإنتاج باختلاف المدى الزمنى للإنتاج :

يمكن التمييز بين ثلاث فترات زمنية تتم خلالها العملية الإنتاجية داخل المنشأة أو المشروع، وهى: الفترة القصيرة جداً أو فترة السوق، والفترة القصيرة، والفترة الطويلة، وتختلف علاقات الإنتاج (دوال الإنتاج) ومن ثم علاقات التكاليف (دوال التكاليف) داخل المنشأة من فترة لأخرى على النحو التالى:

١-١ :فترة السوق :

تعمل المنشأة فى تلك الفترة عندما لا تتاح لها أية مرونة لتغيير كميات المدخلات المستخدمة فى العملية الإنتاجية، وبالتالى تكون جميع مدخلات الإنتاج ثابتة، ومن ثم فإن جميع تكاليف الإنتاج التى تتحملها المنشأة تكون ثابتة كذلك، وينطبق تحليل تلك الفترة غالباً على المنشآت العاملة فى مجال الإنتاج الزراعى سواء النباتى أو الحيوانى.

فمثلاً إذا قام أحد المنتجين الزراعيين بشراء مساحة من الأرض تعادل

٥٠٠ فدان وقام بزراعة تلك المساحة بشتلات أشجار المانجو، وقام بتشغيل عدد معين من العمالة وليكن ١٠٠ عامل، وقام بشراء كمية محددة من الآلات والمعدات تكفى مشروعه، ويستخدم كميات محددة من المبيدات والأسمدة.

ويتوقع صاحب هذا المشروع أن أشجار المانجو ستؤتى إنتاجها بعد ٥ سنوات من زراعتها، وأن متوسط إنتاج الفدان ٤ طن من ثمار المانجو أى أن إجمالى الإنتاج للمشروع سيكون ٢٠٠٠ طن من ثمار المانجو. فإذا حدث بعد مرور ثلاث سنوات من زراعة شتلات المانجو أن انخفض سعر بيع المانجو فى السوق إلى نصف ثمنه السائد قبل ثلاث سنوات، فإن المنطق وقوانين العرض تحتم على هذا المنتج محاولة خفض إنتاجه استجابة لتغير السعر. ولكن حتى يخفض هذا المنتج إنتاجه لا يكون أمامه إلا إقتلاع جزء من أشجار المانجو والتخلص من جزء من العمالة وجزء من المعدات والآلات الزراعية، ولكن هذا لن يحدث لأن المنتج لن يُقدِم على هذا القرار مهما كان المبرر. ومن ثم تظل كميات المدخلات ثابتة والتكاليف التى يتحملها المنتج ثابتة كذلك، وبالرغم من أن الفترة الزمنية اللازمة لظهور إنتاج المانجو وعرضه فى السوق وصلت ٥ سنوات، ولكن فى هذه الحالة يُطلق عليها فترة قصيرة جداً أو فترة السوق، لأنه لا يكون أمام المنتج أى بديل آخر لطرح إنتاجه فى السوق دون أية إمكانية لخفضه أو حتى زيادته.

وفى مشروعات زراعة أشجار الأخشاب أو أشجار المطاط قد تطول فترة الإنتاج لأكثر من ١٠ سنوات، ولكنها تظل فترة إنتاجية قصيرة جداً، وفى مشروعات تربية الدواجن أو المزارع السمكية قد تقصر تلك الفترة إلى ٤٥ يوماً ولكنها تظل كذلك فترة قصيرة جداً.

١-٢: الفترة القصيرة:

تعمل المنشأة فى تلك الفترة عندما يتاح لها بعض المرونة لتغيير كميات بعض المدخلات المستخدمة فى العملية الإنتاجية، عندما ترغب فى تغيير

حجم كميات المُنتَّج الذى تنتجه تلك المنشأة. ولكن بالرغم من ذلك لن تتمكن المنشأة من تغيير كميات بعض المدخلات الأخرى عندما ترغب فى تغيير كميات المُنتَّج الذى تنتجه.

أى أنه فى الأجل القصير ستكون بعض مدخلات الإنتاج متغيرة والبعض الآخر من مدخلات الإنتاج ستكون ثابتة. وبالتالى فإن جزء من تكاليف الإنتاج ستكون متغيرة، بينما الجزء الآخر من تكاليف الإنتاج ستكون ثابتة.

ولعل أهم مدخلات الإنتاج التى يمكن تغيير الكميات المستخدمة منها بحسب التغيير المرغوب فى حجم الإنتاج داخل المنشأة عمال الإنتاج، والمواد الخام والوسيطة، والوقود سواء كان بترول أو فحم أو كهرباء أو غاز طبيعى،... بينما تتمثل أهم مدخلات الإنتاج التى لايمكن إحداث أى تغيير فى الكميات المستخدمة منها بما يلائم التغيير المرغوب فى حجم الإنتاج داخل المنشأة فى الأجل القصير الأرض، ورأس المال متمثلاً فى الآلات والمعدات ووسائل النقل والمبانى والأثاث والتجهيزات المكتبية، والعمالة الإدارية وعمال الحراسة حيث تمتد عقود هذه العمالة لعدة سنوات،...

وينطبق تحليل الأجل القصير عادة على الإنتاج فى المنشآت العاملة فى مجال الأنشطة الإنتاجية الاستخراجية والأنشطة الإنتاجية الصناعية، وكذلك أنشطة إنتاج الخدمات، ...

١-٣: الفترة الطويلة:

تعمل المنشأة فى تلك الفترة عندما يتاح للمنشأة مرونة كاملة لتغيير جميع المدخلات المستخدمة فى العملية الإنتاجية عندما ترغب فى تغيير كميات الإنتاج حتى لو كان هذا الحجم من الإنتاج سيتطلب زيادة الطاقة الإنتاجية للمشروع (زيادة حجم المشروع) أو خفض الطاقة الإنتاجية

للمشروع (خفض حجم المشروع). أى أنه فى الأجل الطويل ستكون جميع مدخلات الإنتاج متغيرة، ومن ثم فإن جميع تكاليف الإنتاج التى تتحملها المنشأة ستكون متغيرة كذلك.

فإذا كانت ظروف السوق مواتية ويتمتع مُنْتَج المنشأة برواج فى السوق فإن ذلك سيشجع إدارة المنشأة على التوسع فى الإنتاج، وأن ذلك سيتطلب إضافة مساحة جديدة من الأرض للمشروع، وكذلك إنشاء مبانى جديدة، وإضافة معدات وآلات جديدة، والتوسع فى هيكل العمالة الإدارية وعمالة الحراسة، ويلاحظ أن المنشأة لن تتمكن من إحداث هذه التوسعات فى الأجل القصير، ولكنها فى الأجل الطويل ستتمكن من إحداث تلك التوسعات،ومن ثم إتاحة طاقة إنتاجية أكبر (حجم أكبر للمشروع) مما يمكنها من زيادة الإنتاج لمقابلة احتياجات السوق والاستفادة من تلك الظروف المواتية فى حينها.

وكذلك فإذا كانت ظروف السوق غير مواتية ويعانى مُنْتَج المنشأة من ظروف كساد، فإن ذلك سيضطر إدارة المنشأة إلى اتخاذ قرار بتقليص الإنتاج، وأن ذلك سيتطلب التخلص من بعض أصول المشروع سواء فى صورة أجزاء من أرض المشروع أو بعض مبانى المشروع أو بعض الآلات والمعدات، ومن ثم تقليص هيكل العمالة الإدارية وعمالة الحراسة، ويلاحظ أن المنشأة لن تستطيع إحداث هذا التكميش فى حجم المشروع فى الأجل القصير، لأن هذا الأمر سيتطلب البحث عن مشترٍ لتلك الأصول، سواء كان مشترى سيستخدم هذه الأصول فى نفس استخدامها السابق، أو سيحولها إلى استخدامات بديلة، فإن هذا المشترى لن يكون متاح بسهولة فى الأجل القصير، فضلاً عن أن قرار التخلص من بعض الأصول لا يتم اتخاذه أساساً فى ضوء ظروف الأجل القصير وحدها، ولكن هذا القرار يتخذ أساساً فى ضوء توقعات الأجل الطويل.

وينطبق تحليل الأجل الطويل على الإنتاج فى المنشآت العاملة فى مجال الأنشطة الإنتاجية الاستخراجية، والأنشطة الإنتاجية الصناعية، وكذلك أنشطة إنتاج الخدمات،....

وهناك ملاحظة هامة يجب إبرازها وهى أنه وبالرغم من أن المنشآت العاملة فى مجال الإنتاج الزراعى النباتى أو الحيوانى ينطبق عليها كما أشرنا سابقاً تحليل فترة السوق (الأجل القصير جداً) بصفة أساسية، إلا أن تلك المنشآت تخضع لتحليل الآجل الطويل كذلك بصفة أساسية. وكذلك فإن المنشآت العاملة فى مجال الإنتاج الزراعى يمكن أن ينطبق عليها تحليل الأجل القصير، وخاصة فى الفترة التى ينتج فيها المشروع قبل أن يصل إلى تكوين طاقته الإنتاجية المخططة (الطاقة الإنتاجية القصوى).

وبالتالى فإن تحليل الأجل القصير ينطبق على المنشأة العاملة فى الأنشطة الإنتاجية الاستخراجية والأنشطة الإنتاجية الصناعية فى جميع الأحوال، لأن تلك المشروعات لاتستطيع أن تبدأ فى الإنتاج إلا بعد تكوين طاقتها الإنتاجية المخططة (الطاقة الإنتاجية القصوى). بينما لا ينطبق تحليل الأجل القصير فى جميع الأحوال على المنشآت العاملة فى مجال الإنتاج الزراعى، سواء النباتى أو الحيوانى، إذ أن هذه المنشآت يمكنها أن تبدأ فى الإنتاج قبل أن تصل إلى تكوين طاقتها الإنتاجية المخططة، ومن ثم تصبح بعض المدخلات متغيرة مثل العمالة والأسمدة والمبيدات، بينما تكون هناك مدخلات ثابتة مثل مساحة أرض المشروع، وكذلك المعدات والآلات الزراعية الخاصة بالمشروع، ومن ثم يمكن تغير حجم الإنتاج. ولكن عندما يصل المشروع إلى تكوين طاقته المخططة ستتحول العناصر المتغيرة من عمالة أو كميات المبيدات والأسمدة إلى مدخلات ثابتة لايمكن تغييرها، ومن ثم فهى تدخل ضمن الطاقة الإنتاجية المخططة للمشروع، وعندئذ لايمكن تطبيق تحليل الأجل القصير، ولكن سينطبق عندئذ تحليل الأجل القصير جداً (أو فترة السوق).

٢: علاقات الإنتاج فى الأجل القصير:

كما اتضح سابقاً يتم الإنتاج فى الآجل القصير باستخدام مدخلات إنتاج متغيرة ومدخلات إنتاج ثابتة، ويحكم علاقات الإنتاج فى المنشأة فى الأجل القصير "قانون تناقص الغلة"[١].

٢-١: قانون تناقص الغلة:

يشير قانون تناقص الغلة إلى أنه يترتب على زيادة تشغيل وحدات إضافية من مدخل الإنتاج المتغير مع مدخلات الإنتاج الثابتة فى المنشأة إضافات متزايدة للإنتاج الكلى للمنشأة فى البداية، ثم ما تلبس أن تتناقص الإضافات للإنتاج الكلى للمنشأة مع الاستمرار فى زيادة تشغيل مدخل الإنتاج المتغير، وفى النهاية تتحول الإضافات للإنتاج الكلى للمنشأة إلى إضافات سالبة مع الاستمرار فى زيادة تشغيل مدخل الإنتاج المتغير.

افتراضات تحليل قانون تناقص الغلة :

يتم تحليل قانون تناقص الغلة فى ظل افتراضين أساسيين من أجل التبسيط وتسهيل استخلاص النتائج :

١) افتراض أن الإنتاج فى المنشأة يتم باستخدام مدخلى إنتاج أحدها يُستخدم بكمية ثابتة وليكن مدخل رأس المال، والمدخل الآخر يُستخدم بكميات متغيرة وليكن مدخل العمل، حيث يتم تشغيل وحدات متتالية من مدخل العمل.

٢) افتراض أن الوحدات المتتالية التى يتم تشغيلها من المدخل المتغير (العمل) وحدات متجانسة أى ذات كفاءة متساوية.

ويلاحظ أن هذا الافتراض غير واقعى لأنه وإن كان من الممكن أن تكون

---

(١) يقصد بالغلة هنا الإنتاجية، إذ أن ما يُغله مدخل الإنتاج يعني ما يُنتجه مدخل الإنتاج، فإن ما يُغله العامل يشير إلي مقدار ما ينتُجه العامل، وكذلك فإن ما يُغُله فدان الأرض يشير إلي مقدار ما ينُتجه فدان الأرض، وكذلك فإن ماتُغله الآلة يشير إلي مقدار ما تنُتجه الآلة. ولذلك فقد يشاع استخدام إصطلاح "قانون تناقص الغلة" واصطلاح "قانون تناقص الإنتاجية" للدلالة علي نفس الشيء.

وحدات مدخل الإنتاج الثابت متجانسة، فقد تكون كفاءة الآلة الأولى متعادلة مع كفاءة الآلة الثانية.. وهكذا، وقد تكون كفاءة فدان الأرض الأول متعادلة مع كفاءة فدان الأرض الثانى.. وهكذا. ولكن بالنسبة لمدخل الإنتاج المتغير وخاصة مدخل العمل يستحيل أن تكون وحداته متجانسة، ومن ثم يستحيل أن تكون وحدات هذا المدخل متساوية الكفاءة.

ويمكن تحليل سلوك علاقات الإنتاج فى الأجل القصير فى المنشأة من خلال قانون تناقص الغلة استرشاداً بالحالة الافتراضية التالية، حيث سنفترض أن هناك منشأة صناعية لإنتاج الأقمشة بها ٨ آلات تمثل مدخل الإنتاج الثابت، وسيتم تشغيل عدد معين من العمال على التوالى كمدخل إنتاج متغير. وستكون علاقات الإنتاج بتلك المنشأة ممثلة فى بيانات الجدول رقم (١-٨).

جدول رقم (١-٨)
حالة افتراضية لقانون تناقص الغلة

مدخل الإنتاج الثابت عدد الآلات	مدخل الإنتاج المتغير عدد العمال	الناتج الكلى ن.ك	الناتج المتوسط ن.م	الناتج الحدى ن.ح	مراحل الإنتاج
٨	صفر	صفر	صفر	صفر	
٨	١	٢٠	٢٠	٢٠	مرحلة
٨	٢	٤٢	٢١	٢٢	تزايد
٨	٣	٦٩	٢٣	٢٧	الغلة
٨	٤	١٠٠	٢٥	٣١	
٨	٥	١٢٥	٢٥	٢٥	حد التوسع
٨	٦	١٤٦	٢٤	٢١	مرحلة
٨	٧	١٦١	٢٣	١٥	تناقص الغلة
٨	٨	١٦٨	٢١	٧	
٨	٩	١٧١	١٩	٣	
٨	١٠	١٧١	١٧,١	صفر	حد الكثافة
٨	١١	١٦٥	١٥	-٦	مرحلة
٨	١٢	١٥٦	١٣	-٩	الغلة السالبة

٢-٢ : مفاهيم الإنتاجية :

سيتم تحليل قانون تناقص الغلة من خلال ثلاثة مفاهيم للإنتاجية (الغلة)، وهى : الإنتاجية الكلية، والإنتاجية المتوسطة، والإنتاجية الحدية.

٢-٢-١ : الإنتاجية الكلية :

تشير الإنتاجية الكلية إلى إجمالى الإنتاج المتحقق للمنشأة عند تشغيل مستويات مختلفة من مدخل الإنتاج المتغير بافتراض ثبات الكميات المستخدمة من مدخلات الإنتاج الآخرى. وسوف نستخدم الاختصار (ن ك) للإشارة إلى الناتج الكلى أو الإنتاجية الكلية.

ففى الحالة الافتراضية الممثلة بالجدول (١-٨) نلاحظ أن الناتج الكلى للمنشأة يعادل الصفر عندما لايتم تشغيل أى وحدات من مدخل الإنتاج المتغير (العمال)، وهذا أمر منطقى لأنه لايمكن أن تنتج الآلات بدون وجود عمال لتشغيل هذه الآلات، ويبدأ الناتج الكلى فى التزايد مع تشغيل وحدات متتالية من مدخل الإنتاج المتغير (العمال)، فعند تشغيل عامل واحد كان الناتج الكلى للمنشأة ٢٠ توب من الأقمشة، وعند تشغيل عاملين زاد الناتج الكلى للمنشأة ليصبح ٤٢ توب من الأقمشة، وعند تشغيل ٣ عمال زاد الناتج الكلى للمنشأة ليصبح ٦٩ توب من الأقمشة...، وهكذا يستمر الناتج الكلى فى الزيادة مع إضافة وحدات متتالية من مدخل الإنتاج المتغير (العمال) إلى أن يصل الناتج الكلى أقصى قيمة له عند تشغيل ١٠ عمال حيث يصل الناتج الكلى للمنشأة ١٧١ توب من الأقمشة. وبعد هذا الحد يؤدى زيادة تشغيل مدخل الإنتاج المتغير بوحده إضافية العامل رقم ١١ إلى خفض الناتج الكلى للمنشأة ليصل ١٦٥ توب من الأقمشة، ويترتب على إضافة أى وحدة جديدة من مدخل الإنتاج المتغير بعد ذلك استمرار تناقص الناتج الكلى للمنشأة...

وتجدر ملاحظة أن المدى الذى يتزايد فيه الناتج الكلى للمنشأة ابتداء

من تشغيل العامل رقم ١ وحتى تشغيل العامل رقم ١٠، إنما يتم على مرحلتين **الأولى**: تبدأ من تشغيل العامل رقم ١ وحتى تشغيل العامل رقم ٤ حيث يتزايد الناتج الكلى بمعدلات سريعة أو معدلات متزايدة، حيث يضيف كل عامل جديد إلى الناتج الكلى أكبر مما أضافه العامل السابق عليه. أما المرحلة **الثانية** والتى تبدأ من تشغيل العامل رقم ٥ وحتى تشغيل العامل رقم ٩ يتزايد الناتج الكلى كذلك ولكن بمعدلات بطيئة أو معدلات متناقصة، حيث يضيف كل عامل جديد إلى الناتج الكلى أقل مما أضافه العامل السابق عليه.

ومن ثم يمكن الخروج بنتيجة عامة، وهى: أن الناتج الكلى فى المنشأة يمر بثلاث مراحل هى:-

- تزايد الناتج الكلى فى البداية بمعدلات متزايدة.
- تزايد الناتج الكلى بعد ذلك بمعدلات متناقصة.
- يتناقص الناتج الكلى فى النهاية.

٢-٢-٢: الإنتاجية المتوسطة:

تشير الإنتاجية المتوسطة إلى متوسط ما تضيفه كل وحدة من مدخل الإنتاج المتغير (العمل) إلى الناتج الكلى. وسوف نستخدم الاختصار (ن م) للإشارة إلى الناتج المتوسط أو الإنتاجية المتوسطة. ويحسب الناتج المتوسط علي النحو التالي:

$$\text{ن . م} = \frac{\text{ن . ك}}{\text{وحدات مدخل الإنتاج المتغير (العمل)}}$$

ففى الحالة الافتراضية الممثلة بالجدول رقم (١-٨) يشير العمود رقم (٤) إلى الناتج المتوسط فى المنشأة، ويتم الحصول عليه بقسمة قيم العمود رقم (٣) على قيم العمود رقم (٢).

ويلاحظ أن الناتج المتوسط يتزايد فى البداية عند تشغيل عامل واحد وحتى تشغيل ٥ عمال حيث يصل أقصى قيمة له، ويتناقص بعد ذلك عند تشغيل وحدات متتالية من مدخل الإنتاج المتغير العمال، حيث يبدأ الناتج المتوسط فى التناقص عند تشغيل العامل رقم (٦) ويستمر فى التناقص وحتى تشغيل العامل رقم ١٢.. وهكذا. ولكن يلاحظ أن الناتج المتوسط يظل موجباً فى جميع الأحوال سواء كان متزايداً أو متناقصاً.

ومن ثم يمكن الخروج نتيجة عامة، وهى: أن الناتج المتوسط فى المنشأة يمر بمرحلتين، وهما :

- يتزايد فى البداية حتى يصل أقصى قيمة له.
- يتناقص بعد ذلك دون أن يصل إلى الصفر.

٢-٢-٣: الإنتاجية الحدية:

تشير الإنتاجية الحدية إلى الإضافة إلى الناتج الكلى للمنشأة التى تترتب على زيادة تشغيل وحدات مدخل الإنتاج المتغير (العمل) بوحدة واحدة فقط. أى أنها تمثل مقدار التغير المتحقق فى الناتج الكلى للمنشأة المترتب على تغير فى تشغيل مدخل الإنتاج المتغير بوحدة واحدة. وسوف نستخدم الاختصار (ن ح) للإشارة إلى الناتج الحدى أو الإنتاجية الحدية :

$$\text{ن . ح} = \frac{\Delta \text{ن . ك}}{\Delta \text{وحدات مدخل الإنتاج المتغير (العمل)}}$$

ففى الحالة الافتراضية الممثلة بالجدول رقم (٨-٥) يشير العمود رقم (٥) إلى الناتج الحدى، ويتم الحصول عليه بقسمة مقدار التغير فى العمود رقم (٣) على مقدار التغير فى العمود رقم (٢).

ويلاحظ أن الناتج الحدى يتزايد فى البداية عند تشغيل عامل واحد وحتى تشغيل ٤ عمال حيث يصل أقصى قيمة له، ويتناقص بعد ذلك عند

تشغيل ٥ عمال ويستمر فى التناقص حتى يصل إلى الصفر عند تشغيل ١٠ عمال، ويؤدى تشغيل وحدات جديدة بعد ذلك من مدخل الإنتاج المتغير إلى تحول الناتج الحدى إلى قيم سالبة مثلما حدث عند تشغيل العامل رقم ١١ والعامل رقم ١٢ .. وهكذا.

ومن ثم يمكن الخروج بنتيجة عامة، وهى: أن الناتج الحدى يمر بثلاث مراحل، وهى:

- يتزايد فى البداية حتى يصل أقصى قيمة له.
- يتناقص بعد ذلك حتى يصل إلى الصفر.
- يتحول إلى قيم سالبة.

وتمثل قيم الناتج الحدى الأساس فى تقسيم مراحل الإنتاج داخل المنشأة، حيث تنقسم مراحل الإنتاج إلى ثلاث مراحل هى فى الأساس مراحل سلوك الناتج الحدى.

٢-٣: مراحل الإنتاج لعنصر الإنتاج المتغير فى المنشأة فى الأجل القصير:

يتضح من التحليل السابق لعلاقات الإنتاج فى المنشأة فى الأجل القصير – وذلك في ضوء افتراضات قانون تناقص الغلة المشار إليها سابقاً – أن العملية الإنتاجية فى المنشأة يمكن أن تمر بثلاث مراحل:

٢-٣-١: المرحلة الأولى: مرحلة تزايد الغلة:

عندما يبدأ أى مشروع فى الإنتاج لا يتمكن من استغلال طاقته الإنتاجية القصوى كاملة، وتكون الكمية المستخدمة من مدخل الإنتاج المتغير أقل من طاقة تشغيل مدخل الإنتاج الثابت، ومن ثم فإن تشغيل أى وحدة جديدة من مدخل الإنتاج المتغير فى هذه المرحلة سيضيف إلى الناتج الكلى إضافة أكبر مما أضافته الوحدة السابقة عليه، لأن كل وحدة جديدة تضاف فى هذه المرحلة من المدخل المتغير ستتيح تشغيل أفضل للمدخل الثابت، حيث تتسم هذه المرحلة بوجود بطالة مقنعة فى مدخل الإنتاج الثابت.

وفى هذه المرحلة يتسم الناتج الكلى والناتج المتوسط والناتج الحدى، بما يلى:

- يتزايد الناتج الكلى بمعدلات متزايدة (سريعة).
- يتزايد الناتج المتوسط حتى يصل أقصى قيمة له.
- يزايد الناتج الحدى.
- بالرغم من أن الناتج المتوسط والناتج الحدى يتزايدان فى هذه المرحلة، إلا أن الناتج الحدى يكون أكبر من الناتج المتوسط.

أى أن ميل كل من (ن.م) و (ن.ح) موجب. ولكن ميل (ن.ح) > ميل (ن.م).

٢-٣-٢ : المرحلة الثانية : مرحلة تناقص الغلة :

فى هذه المرحلة تقترب الكميات المستخدمة من مدخل الإنتاج المتغير من طاقة تشغيل مدخل الإنتاج الثابت، وتبدأ الطاقة غير المستغلة من مدخل الإنتاج الثابت فى التلاشى تدريجياً. ومن ثم فإن تشغيل أى وحدة جديدة من مدخل الإنتاج المتغير فى هذه المرحلة سيضيف إلى الناتج الكلى، ولكن ستكون الإضافة أقل مما أضافته الوحدة السابقة عليه، إلى أن نصل مستوى تكون عنده الكمية المستخدمة من مدخل الإنتاج المتغير تمثل طاقة التشغيل الكاملة لمدخل الإنتاج الثابت (ومن ثم فهى تمثل الطاقة القصوى لاسيتعاب مدخل الإنتاج الثابت لمدخل الإنتاج المتغير)، وعند هذا المستوى يصل الإنتاج الكلى فى المنشأة إلى أقصى قيمة له.

وفى هذه المرحلة يتسم الناتج الكلى والناتج المتوسط والناتج الحدى، بمايلى:

- يتزايد الناتج الكلى بمعدلات متناقصة (بطيئة).
- يتناقص الناتج المتوسط ولكنه لا يصل إلى الصفر.
- يتناقص الناتج الحدى إلى أن يصل إلى الصفر.

- بالرغم من أن الناتج المتوسط والناتج الحدى متناقصان فى هذه المرحلة، إلا أن الناتج المتوسط يكون أكبر من الناتج الحدى. أى أن ميل كل من (ن.م) و(ن.ح) سالب، ولكن تظل القيمة المطلقة لميل (ن.ح) > القيمة المطلقة لميل (ن.م)

٢-٣-٣: المرحلة الثالثة: مرحلة الغلة السالبة:

يدخل الإنتاج فى المنشأة هذه المرحلة عندما تقرر المنشأة تشغيل وحدات إضافية من مدخل الإنتاج المتغير تفوق طاقة استيعاب مدخل الإنتاج الثابت، ومن ثم تظهر البطالة المقنعة فى مدخل الإنتاج المتغير، حيث سيترتب على زيادة عدد العمال مثلاً تكديس مكان العمل ويترتب على ذلك تعطيل وإعاقة بعضهم البعض، وينخفض حجم الإنتاج، وتكون الحالة الظاهرة فى المنشأة هى أن جميع العمال يعملون ولكن بفحص إنتاجية هولاء العمال يتضح أنهم يعملون بأقل من إنتاجتهم الكاملة وهو ما يطلق عليه البطالة المقنعة. وتنتشر هذه الظاهرة فى الدول النامية حيث تعانى من الزيادة السكانية وتفاقم مشكلة البطالة الظاهرة وانتشار الوساطة والمحسوبية والمجاملات فى التوظيف، وبصفة خاصة فى المنشآت الإنتاجية الحكومية. ومن ثم فإن تشغيل أى وحدة جديدة من مدخل الإنتاج المتغير فى هذه المرحلة سيؤدى إلى خفض الإنتاج الكلى.

وفى هذه المرحلة يتسم الناتج الكلى والناتج المتوسط والناتج الحدى، بما يلى:-

- يتناقص الناتج الكلى.
- يتناقص الناتج المتوسط ولكنه لايصل إلى الصفر.
- يكون الناتج الحدى سالباً.

حد التوسع :

هو الحد الفاصل بين المرحلة الأولى للإنتاج والمرحلة الثانية، أى أنه يمثل نهاية مرحلة تزايد الغلة وفى نفس الوقت يمثل بداية مرحلة تناقص الغلة.

وتصل المنشأة إلى هذا الحد عندما يتعادل الناتج الحدى مع الناتج المتوسط عند أقصى قيمة للناتج المتوسط. ويتمثل هذا الحد فى الجدول رقم (١-٨) عند تشغيل العامل رقم ٥.

حد الكثافة :

هو الحد الفاصل بين المرحلة الثانية للإنتاج والمرحلة الثالثة، أى أنه يمثل نهاية مرحلة تناقص الغلة وفى نفس الوقت يمثل بداية مرحلة الغلة السالبة. وتصل المنشأة إلى هذا الحد عندما يصل الناتج الكلى أقصى قيمة له، ومن ثم يكون الناتج الحدى مساوياً للصفر. ويتمثل هذا الحد فى الجدول رقم (١-٨) عند تشغيل العامل رقم ١٠.

٢-٤: التمثيل البيانى والهندسى لعلاقات الإنتاج فى الأجل القصير:

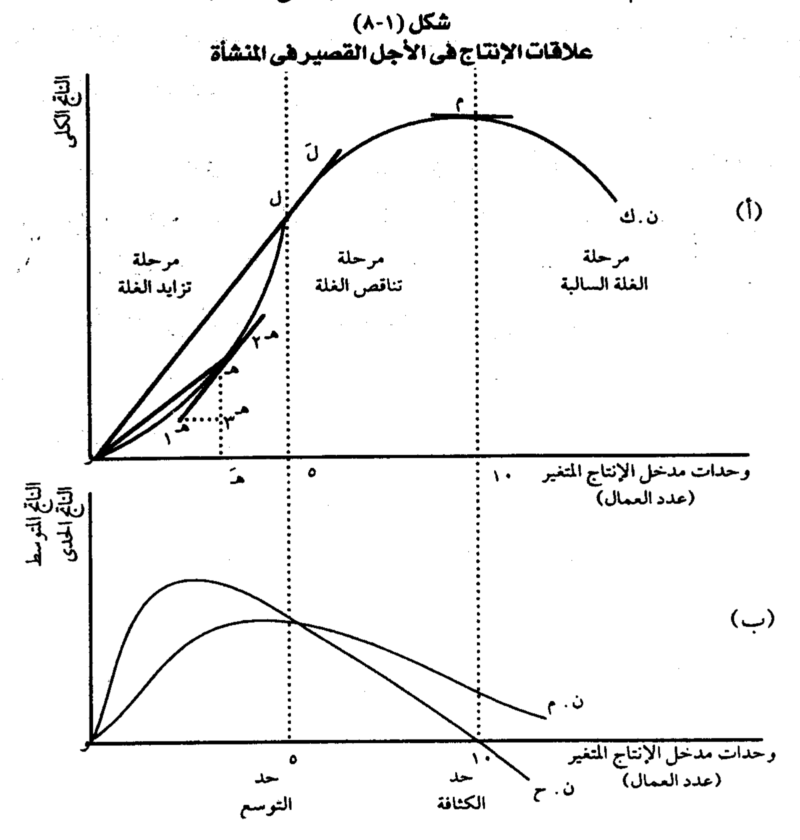
يمكن تمثيل بيانات الجدول رقم (١-٨) بيانياً، حيث يمثل المحور الأفقى الوحدات المستخدمة من مدخل الإنتاج المتغير (العمال)، ويمثل المحور الرأسى الإنتاجية، سواء كانت الكلية أو المتوسطة أو الحدية، لنحصل على الشكل البيانى رقم (١-٨).

ففى القسم (أ) من الشكل رقم (١-٨) يمثل المنحنى (ن ك) نفس العلاقة التى يظهرها العمود رقم (٣) من الجدول (١-٨)، حيث يتزايد منحنى (ن.ك) فى البداية بمعدلات متزايدة، ويستمر كذلك فى التزايد فى المرحلة الثانية، ولكن بمعدلات متناقصة، ويبدأ فى التناقص فى المرحلة الأخيرة.

وفى القسم (ب) من الشكل رقم (١-٨) يمثل المنحنى (ن م) نفس العلاقة التى يظهرها العمود رقم (٤) فى الجدول (١-٨)، حيث يتزايد منحنى (ن.م) فى المرحلة الأولى إلى أن يصل أقصى قيمة له، ويتناقص فى المرحلة الثانية، ويستمر فى التناقص فى المرحلة الثالثة، ولن يصل إلى

الصفر أبداً لأنه لن يصل إلى الصفر إلا إلا كان الناتج الكلى صفر، ولن يصل الناتج الكلى إلى الصفر إلا إذا توقفت المنشأة عن الإنتاج، وفى هذه الحالة لن تستخدم أى وحدات من مدخلات الإنتاج المتغيرة.

شكل (١-٨)
علاقات الإنتاج فى الأجل القصير فى المنشأة



ويمثل المنحنى (ن ح) نفس العلاقة التى يظهرها العمود رقم (٥) فى الجدول رقم (٨-١)، حيث يتزايد منحنى (ن ح) فى المرحلة الأولى، ويتناقص فى المرحلة الثانية إلى أن يصل الصفر، ويتحول إلى قيم سالبة فى المرحلة الثالثة.

ويظهر الشكل رقم (١-٨) حدود مراحل الإنتاج الثلاث بوضوح، حيث

تبدأ المرحلة لأولى مع بداية الإنتاج وتنتهى عند تشغيل ٥ وحدات من مدخل الإنتاج المتغير، وتبدأ المرحلة الثانية عند تشغيل ٥ وحدات من مدخل الإنتاج المتغير وتنتهى عند تشغيل ١٠ وحدات من مدخل الإنتاج المتغير، وتبدأ المرحلة الثالثة عند تشغيل ١٠ وحدات من مدخل الإنتاج المتغير وتستمر طالما استمر الإنتاج بعد ذلك.

ويظهر حد التوسع فى الشكل البيانى رقم (١-٨) عند نقطة تعادل (ن.م.) مع (ن.ح)، ويكون ذلك عند تشغيل ٥ وحدات بين مدخل الإنتاج المتغير. ويظهر حد الكثافة فى الشكل رقم (١-٨) عند النقطة التى يصل فيها (ن.ك) أقصى قيمة له، وعندما يكون (ن.ح) مساوياً للصفر، ويكون ذلك عند تشغيل ١٠ وحدات من مدخل الإنتاج المتغير.

٢-٤-١: اشتقاق (ن م) هندسياً:

يمكن حساب (ن م) هندسياً من منحنى (ن ك) وذلك بتوصيل أى نقطة على منحنى (ن ك) بخط مستقيم إلى نقطة الأصل ونحصل على ميل هذا الخط.

فمثلاً عند النقطة (هـ) على منحنى (ن ك) إذا أردنا حساب الناتج المتوسط المقابل لهذه النقطة، نقوم بتوصيل النقطة (هـ) بنقطة الأصل (و) لنحصل على الخط (هـ و) ونحسب ميل هذا الخط، حيث يكون ميل هذا الخط هو ظل الزاوية التى يصنعها مع المحور الأفقى وهى الزاوية هـ و هـَ ويحسب ظل هذه الزاوية كالآتى:

$$\frac{\text{المقابل}}{\text{المجاور}} = \frac{\text{هـ هـَ}}{\text{و هـَ}} = \frac{\text{ن . ك}}{\text{وحدات العنصر المتغير}}$$

وكقاعدة عامة فإن الناتج المتوسط يمثل ميل الخط الواصل من أى نقطة على منحنى الناتج الكلى إلى نقطة الأصل.

٢-٤-٢: اشتقاق منحنى (ن ح) هندسياً:

يمكن حساب (ن ح) هندسياً وذلك برسم خط مستقيم مماس لأى نقطة على منحنى الناتج الكلى، ونحصل على ميل هذا المماس. فمثلاً عند النقطة (هـ) على منحنى (ن ك) إذا أردنا حساب الناتج الحدى المقابل لهذه النقطة، نقوم برسم مماس لهذه النقطة لنحصل على الخط (هـ١ هـ٢) ونحسب ميل هذا الخط، ومن ثم نسقط من النقطة (هـ) خط رأسى ونسقط من النقطة (هـ١) خط أفقى ليتلاقى الخطان عند النقطة (هـ٢)، ومن ثم نحصل على الزاوية التى يصنعها هذا المماس مع المحور الأفقى وهى الزاوية (هـ هـ١ هـ٢) ونحسب ظل هذه الزاوية كالآتى:

$$\frac{\text{المقابل}}{\text{المجاور}} = \frac{\text{هـ هـ}_٢}{\text{هـ}_١ \text{هـ}_٢} = \frac{\Delta \text{ وحدات الناتج الكلى}}{\Delta \text{ وحدات مدخل الإنتاج المتغير}}$$

وكقاعدة عامة، فإن الناتج الحدى يمثل ميل المماس لأى نقطة على منحنى الناتج الكلى.

ويلاحظ أنه عند النقطة (ل) على منحنى الناتج الكلى عند توصيل هذه النقطة بنقطة الأصل نحصل على الخط (ل و)، وعند رسم مماس لنفس هذه النقطة نحصل على الخط (لَ و)، ويلاحظ أن المماس منطبق تماماً على الخط الواصل من هذه النقطة إلى نقطة الأصل، وبالتالى فإنه عند هذه النقطة يكون (ن.م) مساوياً (ن.ح)، وتمثل هذه النقطة حد التوسع، أى نهاية المرحلة الأولى وبداية المرحلة الثانية، وهى النقطة الوحيدة على منحنى (ن.ك) التى تتحقق لها هذه السمة.

وعند النقطة (م) على منحنى الناتج الكلى عند رسم مماس لهذه النقطة يكون خط أفقى، ومعلوم أن ميل الخط الأفقى يعادل الصفر، ومن ثم فإن الناتج الحدى عند هذه النقطة يكون مساوياً للصفر، وتمثل هذه النقطة حد

الكثافة أى نهاية المرحلة الثانية وبداية المرحلة الثالثة. وهى النقطة الوحيدة على منحنى (ن.ك) التى يكون ميل المماس لها خطاً أفقياً.

٣: علاقات الإنتاج فى الأجل الطويل:

كما رأينا سابقاً فإنه في الأجل الطويل تتاح للمنشأة إمكانية تغيير الكميات المستخدمة من جميع مدخلات الإنتاج، ويمكن تفسير علاقات الإنتاج فى الأجل الطويل من خلال دراسة قوانين الغلة بالنسبة للحجم، حيث تفسر هذه القوانين التغيرات التى تحدث للإنتاج فى المنشأة عندما تتغير الكميات المستخدمة من جميع مدخلات الإنتاج فى المنشأة.

جدول رقم (٢-٨)
قوانين الغلة بالنسبة للحجم

حالات حجم المشروع	كميات مدخل الإنتاج: العمل	كميات مدخل الإنتاج: رأس المال	حجم الإنتاج من	نسبة الزيادة فى المستخدم من مدخلات الإنتاج	نسبة الزيادة فى حجم الإنتاج	مراحل الإنتاج فى الأجل الطويل
١	١٠	٥٠	١٢٠	-	-	تزايد الغلة
٢	٢٠	١٠٠	٢٦٤	١٠٠٪	١٢٠٪	بالنسبة للحجم
٣	٤٠	٢٠٠	٦٦٠	١٠٠٪	١٥٠٪	
٤	٨٠	٤٠٠	١٣٢٠	١٠٠٪	١٠٠٪	ثبات الغلة
٥	١٦٠	٨٠٠	٢٦٤٠	١٠٠٪	١٠٠٪	بالنسبة للحجم
٦	٣٢٠	١٦٠٠	٤٨٨٤	١٠٠٪	٨٥٪	تناقص الغلة
٧	٦٤٠	٣٢٠٠	٨٥٤٧	١٠٠٪	٧٥٪	بالنسبة للحجم

ولتوضيح ذلك سنفترض من أجل التبسيط أن الإنتاج في المنشأة يتم باستخدام مدخلين للإنتاج، وهما العمل ورأس المال، وكلما رغبت المنشأة فى زيادة حجم المشروع فإنها ستضاعف من تشغيل مدخلى الإنتاج العمل ورأس المال لتنتقل من حجم مشروع معين إلى حجم أكبر. وتتغير أحجام الإنتاج كلما انتقلت المنشأة من حجم مشروع إلى حجم أكبر وذلك كما

يتضح وفقاً للبيانات الافتراضية التى يعرضها العمود رقم (٤) فى الجدول رقم (٢-٨).

٣-١ : مراحل الإنتاج فى الأجل الطويل:

كما رأينا سابقاً تتاح للمنشأة إمكانية تغير جميع مدخلات الإنتاج في الأجل الطويل، ومن ثم لاتوجد أي مدخلات ثابتة في الأجل الطويل، وبالتالي فإنه يمكن تقسيم مراحل الإنتاج في الأجل الطويل إلي مراحل ثلاث هي:

٣-١-١ : مرحلة تزايد الغلة بالنسبة للحجم :

غالباً ما تعمل جميع المنشآت فى هذه المرحلة خلال الفترات الأولى لحياة المشروع الإنتاجية، ويمكن القول بأن المنشأة تعمل فى هذه المرحلة، إذا اتخذت إدارة المنشأة قراراً بزيادة حجم المشروع (ممثلا فى زيادة الكميات المستخدمة من جميع مدخلات الإنتاج) بنسبة معينة، وترتب على ذلك زيادة فى كمية (حجم) الإنتاج داخل المنشأة بنسبة أكبر من نسبة زيادة حجم المشروع.

ويبدو ذلك واضحاً فى الجدول رقم (٢-٨)، فعند انتقال المنشأة من حجم المشروع رقم (١) إلى حجم المشروع رقم (٢) بزيادة الكميات المستخدمة من جميع مدخلات الإنتاج (العمل، رأس المال) بنسبة ١٠٠٪ ترتب على ذلك زيادة فى حجم الإنتاج بنسبة ١٢٠٪، وكذلك فإن انتقال المنشأة من حجم المشروع رقم (٢) إلى حجم المشروع رقم (٣) بزيادة الكميات المستخدمة من جميع المدخلات (العمل، رأس المال) بنسبة ١٠٠٪، ترتب على ذلك زيادة فى حجم الإنتاج بنسبة ١٥٠٪.

ويطلق على هذه الظاهرة "**قانون تزايد الغلة بالنسبة للحجم**"، ويلاحظ أن المنشأة فى الحالة الافتراضية التى بين أيدينا تعمل فى إطار هذا القانون فى مدى الأحجام الثلاث الأولى للمشروع. ويُرجِع الاقتصاديون تفسير هذه

الظاهرة إلى استفادة المشروع بـ "وفورات الحجم الكبير للمشروع" Economies of Scale، وقد أمكن الوقوف على عوامل عديدة وراء ظهور "وفورات الحجم الكبير"، ولعل أهم تلك العوامل:

- الكفاءة المرتفعة للآلات والمعدات الكبيرة، والتى لاتكون قابلة للانقسام إلى وحدات صغيرة تناسب الأحجام المنخفضة للمشروع إذ أن استخدام آلة لرى ١٠٠ فدان سيكون أوفر كثيراً عن استخدام نفس الآلة لرى ٥ أفدنة.

- إمكانية التخصص وتقسيم العمل بطريقة أفضل عند أحجام المشروع كبيرة الحجم، وهذا قد لايتاح عند أحجام المشروع المنخفضة. حيث يؤدى التخصص وتقسيم العمل إلى زيادة الإنتاجية الحدية للمدخلات (الموارد) المستخدمة فى الإنتاج نتيجة الاحتراف واتقان العمل واختصار الوقت والجهد والحركة.

٢-١-٣: مرحلة ثبات الغلة بالنسبة للحجم:

وتعمل المنشآت فى هذه المرحلة عندما يصل حجم المشروع إلى درجة من الكبر، بحيث إذا اتخذت إدارة المشروع قراراً بعد ذلك بزيادة حجم المشروع (ممثلاً فى زيادة الكميات المستخدمة من جميع مدخلات الإنتاج) بنسبة معينة يترتب على ذلك زيادة فى كمية (حجم) الإنتاج داخل المنشأة بنفس نسبة زيادة حجم المشروع.

ويبدو هذا واضحاً فى الجدول رقم (٢-٨)، فعند انتقال المنشأة من حجم المشروع رقم (٣) أو حجم المشروع رقم (٤) بزيادة الكميات المستخدمة من جميع مدخلات الإنتاج بنسبة ١٠٠٪ ترتب على ذلك زيادة فى حجم الإنتاج بنسبة ١٠٠٪، وكذلك فإن انتقال المنشأة من حجم المشروع رقم (٤) إلى حجم المشروع رقم (٥) بزيادة الكميات المستخدمة من جميع مدخلات الإنتاج بنسبة ١٠٠٪ ترتب على ذلك زيادة فى حجم الإنتاج بنسبة ١٠٠٪.

ويطلق على هذه الظاهرة "**قانون ثبات الغلة بالنسبة للحجم**"، ويلاحظ أن المنشأة فى الحالة الافتراضية التى بين أيدينا تعمل فى إطار هذا القانون على مدى حجمى المشروع رقم (٤)، (٥). ويفسر الاقتصاديون هذه الظاهرة بتلاشى وفورات الحجم الكبير وعدم ظهور أضرار الحجم الكبير بعد.

٣-١-٣: مرحلة تناقص الغلة بالنسبة للحجم:

تعمل المنشآت فى هذه المرحلة عندما يتضخم حجم المشروع ويصل إلى درجة من الكبر، بحيث إذا اتخذت إدارة المنشأة قراراً بعد ذلك بزيادة حجم المشروع (ممثلاً فى زيادة الكميات المستخدمة من جميع مدخلات الإنتاج) بنسبة معينة، ترتب على ذلك زيادة فى كمية (حجم) الإنتاج داخل المنشأة بنسبة أقل من نسبة زيادة حجم المشروع. ويبدو ذلك واضحاً فى الجدول رقم (٢-٨)، فعند انتقال المنشأة من حجم المشروع رقم (٥) إلى حجم المشروع رقم (٦) بزيادة الكميات المستخدمة من جميع المدخلات (العمل، رأس المال) بنسبة ١٠٠٪، ترتب على ذلك زيادة فى كمية (حجم) الإنتاج بنسبة ٨٥٪، وكذلك فإن انتقال المنشأة من حجم المشروع رقم (٦) إلى حجم المشروع رقم (٧) بزيادة الكميات المستخدمة من جميع المدخلات (العمل، رأس المال) بنسبة ١٠٠٪، ترتب على ذلك زيادة كمية (حجم) الإنتاج بنسبة ٧٥٪.

ويطلق على هذه الظاهرة "**قانون تناقص الغلة بالنسبة للحجم**"، ويلاحظ أن المنشأة فى الحالة الافتراضية التى بين أيدينا تعمل فى إطار هذا القانون على مدى حجمى المشروع رقم (٦) و (٧). وما زاد عن ذلك، ويُرجع الاقتصاديون تفسير هذه الظاهرة إلى ظهور أضرار الحجم الكبير Diseconomies of Scale، وقد أمكن الوقوف على عوامل عديدة وراء ظهور "أضرار الحجم الكبير"، ولعل أهم تلك العوامل:

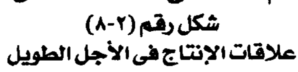
يترتب على تضخم حجم المشروع عن حد معين انخفاض كفاءة إدارة المشروع، حيث ينقطع الاتصال الشخصى بين الإدارة والعمال، مما

يضعف الحماس لرفع الإنتاجية مقارنة بالدرجة التى كانت قائمة عند الأحجام الصغيرة للمشروع.

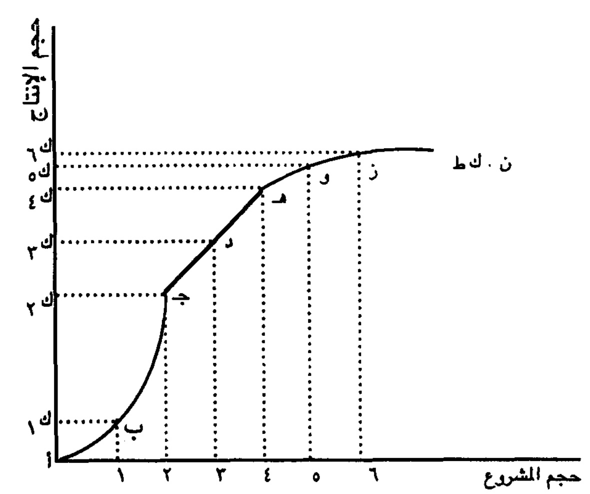
وترتب على تضخم حجم المنشأة (المشروع) ضرورة تفويض سلطات الإدارة إلى العديد من النواب ومساعديهم، مما قد يترتب عليه تفكك الإطار التنظيمى للمنشأة، وتصبح الأعمال أكثر تعقيد مهما كانت درجة تفويض السلطات حيث تظهر مشاكل خاصة بالتعقيداً الروتينى والتنسيق، وتفقد المنشأة أهم مقومات نجاحها سواء فى نواحى التخطيط أو التوجيه أو الرقابة، ويترتب على تعقد العمليات الإدارية ارتفاع تكلفتها ومن ثم ارتفاع تكاليف الإنتاج.

٢-٣: التمثيل البيانى والهندسى لعلاقات الإنتاج فى الأجل الطويل:

يمكن تمثيل بيانات الجدول رقم (٢-٨) بيانياً، حيث يمثل المحور الأفقى الأحجام المختلفة للمشروع، ويمثل المحور الرأسى أحجام (كميات) الإنتاج المقابلة لكل حجم من أحجام المشروع، لنحصل على الشكل البيانى التالى:



شكل رقم (٢-٨)
علاقات الإنتاج فى الأجل الطويل



وفى الشكل (٢-٨) يمثل المنحنى ن. ك١ منحنى الناتج الكلى للمنشـأة فى الأجل الطويل، ويلاحظ أن يمر بثلاث مراحل: ففى المسافة أ ب جـ يلاحظ أن نسبـة الزيادة فى الإنتـاج تكون أكبر من (أسـرع من) نسبـة الزيادة فى حـجم المشـروع، ومن ثم فـإن المسـافـة أ ب جـ تمثل المدى الزمنى لسـريان قـانون تزايد غلة الحجم فى المنشأة. وفى المسافة جـ د هـ يلاحظ أن نسبة الزيادة فى الإنتاج تكون متساوية مع نسبة الزيادة فى حجم المشروع، ومن ثم فإن المسـافة جـ د هـ تمثل المدى الزمنى لسريان قـانون ثبات غلة الحـجم فى المنشـأة. وفى المسـافـة هـ و ز يلاحظ أن نسـبة الزيادة فى الإنتـاج تكون أقل من (أبطئ من) نسبـة زيادة حجم المشروع، ومن ثم فإن المسافة هـ و ز تمثل المدى الزمنى لسريان قانون تناقص غلة الحجم فى المنشأة.

الفصل التاسع
تحليل تكاليف الإنتاج فى المنشأة

تعتبر تكاليف الإنتاج الجانب الآخر للعملية الإنتاجية، فالتكاليف ما هى إلا انعكاس لعلاقات الإنتاج داخل المنشأة والتى تم دراستها فى الفصل السابق. وتعبر تكاليف الإنتاج عن كل ما تتحمله المنشأة فى سبيل إنتاج المُنتَّج (سلعة أو خدمة)، وتشتمل على أجور العمال والموظفين، وأثمان المواد الخام والمدخلات الوسيطة، وتكاليف الوقود وعوائد استخدام رأس المال والأرض، وتكاليف النقل، سواء للمواد الخام والمدخلات الوسيطة أو للمنتجات النهائية أو انتقالات العمال، وتكاليف التأمين، والضرائب والرسوم الجمركية، وكذلك الربح العادى الذى يمثل عائد المنظم مقابل إدارته لمشروعه الخاص، كما تشتمل التكاليف على تكاليف التخزين وتكاليف الإعلان والترويج، ...إلخ.

١: المفاهيم المختلفة لتكاليف الإنتاج:

أفرز تحليل تكاليف الإنتاج فى المنشأة مداخل مفاهيم عديدة للتكاليف كل منها يعبر عن وجهات نظر مختلفة، فهناك من ينظر إلى تحليل التكاليف من منظور ما قامت المنشأة بدفعه نقداً للغير فى سبيل الحصول على مدخلات الإنتاج المختلفة، وهناك من ينظر إلى تحليل التكاليف من منظور ما تحملته المنشأة من تكاليف للقيام بالإنتاج، بينما هناك من يحلل التكاليف من منظور ما تحمله المجتمع من تكاليف لقيام المنشأة بالإنتاج، وهناك من يحلل التكاليف من منظور استرداد التكاليف وما يرتبط به من تحليل تاريخى للتكلفة، ولعل أهم المفاهيم الشائعة للتكاليف ما يلى:

١-١: التكاليف الصريحة والتكاليف الضمنية[1]:

تتمثل **التكاليف الصريحة** Explicit Cost فى المدفوعات النقدية التى تدفعها المنشأة مقابل استخدام مدخلات إنتاج مملوكة لآخرين ليست لهم

(١) يطلق عليها بعض الاقتصاديين التكاليف النقدية والتكاليف غير النقدية.

علاقة بملكية المنشأة. ومن أمثلة هذه التكلفة أجور العمال، وقيمة المواد الأولية، وإيجارات المبانى، وإهلاك الآلات والمعدات، وقيمة الوقود والمياه ، وغيرها. ويطلق اصطلاح التكاليف النقدية على هذا النوع من التكاليف، وهو يمثل المنظور المحاسبى لتكاليف الإنتاج فى المنشأة.

تتمثل التكاليف **الضمنية** Implicit Cost في قيمة ما تسهم به الموارد المملوكة لأصحاب المنشأة فى الإنتاج داخل المنشأة، ومن أمثلة هذه التكاليف إيجار مبنى يمتلكه صاحب المنشأة، أجر صاحب المنشأة الذى يؤدى عمل بها أو يديرها بنفسه، وتحسب التكاليف الضمنية بقيمة ما يمكن أن تحصل عليه هذه الموارد والمدخلات فى أفضل استخداماتها البديلة.

وتبدو التكاليف الضمنية أكثر وضوحاً فى المنشآت العائلية، فإذا كان هناك شخص ما يمتلك هو وأبنائه ورشه لميكانيكا السيارات ويقوم هذا الشخص هو وأبنائه بالعمل فى الورشة، وأن مبنى الورشة مملوك لهذا الشخص وأبنائه، ويستخدم هذا الشخص رأسماله النقدى فى الورشة. ومن ثم فإن معظم تكاليف الإنتاج فى هذه المنشأة تعد من التكاليف الضمنية فليس هناك إيجار صريح يسدد للغير، وليس هناك أجور صريحة مدفوعة للغير، وليست هناك فوائد مدفوعة للبنوك... ، كما أن صاحب هذه الورشة قد ضحى بالعائد الذى كان يمكنه تحقيقه لو أنه قام بتقديم خدمات قدراته التنظيمية لإحدى المنشآت الأخرى.

ومن ثم فإن الربح العادى Normal Proift يمثل تكلفة ضمنية، وهو العائد العادى لأداء صاحب المشروع وظيفة المنظم داخل منشأته، وإذا لم يتحقق له هذا العائد الأدنى أو العادى فإنه سيتوقف عن العمل كمنظم داخل منشأته ويتجه إلى العمل لدى الغير كعامل يحصل على أجره[1].

(١) يختلف الربح العادي عن الربح الاقتصادي، فالربح العادي جزء من التكاليف، بينما الربح الاقتصادي Economic Profit يعادل الزيادة في إيرادات المنشأة عن إجمالي التكاليف الصريحة والضمنية للمنشأة، وتستخدم إصطلاحات الربح الحقيقي Real Profit والربح

وإذا كانت التكاليف الصريحة تمثل المفهوم الشامل للتكاليف عند المحاسب، فإنها تمثل جزءاً من تعريف الاقتصادى للتكاليف، إذ أن المفهوم الشامل للتكاليف عند الاقتصادى يشتمل على كلٍ من التكاليف الصريحة والتكاليف الضمنية.

١-٢: التكاليف الخاصة والتكاليف الاجتماعية:

يقصد بـ "**التكلفة الخاصة**" Private Costs مقدار ما تتحمله المنشأة من تكاليف صريحة أو ضمنية عند إنتاج كمية معينة من سلعة أو خدمة. وتشتمل على جميع التكاليف المرتبطة مباشرة بجميع الأنشطة التى تمارس داخل المنشأة. وتشتمل التكاليف المرتبطة بالإنتاج والتكاليف الإدارية وتكاليف التخزين وتكاليف النقل وتكاليف الإعلان والترويج.

ويقصد بـ "**التكاليف الجانبية**" External Costs التكاليف التى يتحملها أخرون من خارج المنشأة نتيجة ممارسة المنشأة لأنشطتها، وكذلك مقدار الانخفاض فى التكاليف الداخلية للمنشأة بسبب استفادتها من أنشطة وحدات أخرى خارج المنشأة.

وتنشأ التكاليف الجانبية بسبب قيام بعض الأفراد والمنشآت بنشاط يعود بالنفع (أو الضرر) على أفراد ومنشآت أخرى، ومع ذلك لايحصلون على (أو يدفعون) قيمة ذلك. ويرجع ذلك إلى آثار الانتشار الخارجية externalities أو ما يطلق عليه الوفورات والأضرار الخارجية سواء فى مجال الإنتاج أو الاستهلاك.

ويقصد بـ "**التكاليف الاجتماعية**" Social Costs إجمالى التكاليف التى يتحملها الاقتصاد القومى عند إنتاج كمية معينة من سلعة أو خدمة، وهى تمثل التضحية الكلية التى يتحملها المجتمع فى إنتاج السلع والخدمات

الصافي أو الربح المطلق Pure Profit كمرادفات لاصطلاح الربح الاقتصادي.

المختلفة الناتجة عن اختيار سلعة أو خدمة معينة دون سلعة أو خدمة أخرى. ومن ثم فإن التكاليف الاجتماعية التي يتحملها المجتمع عن النشاط الإنتاجي للمنشآت تتضمن التكاليف الخاصة مضافاً إليها التكاليف الجانبية.

التكلفة الاجتماعية = التكاليف الخاصة + التكاليف الجانبية.

والمثال التقليدى لتوضيح ذلك حالة المصنع الذى يقع على حافة بحيرة أو نهر، ويتخلص من النفايات والمخلفات الخاصة به فى هذا النهر أو البحيرة بدلاً من التخلص منها بوسيلة أخرى. ومن ثم فإن التكلفة الخاصة التى يتحملها المصنع للتخلص من النفايات تعادل صفر فى هذه الحالة. وعلى الجانب الآخر يتأثر الأفراد الذين يعيشون حول مجرى النهر بشكل عكسى، إذ يتحملون تكاليف إضافية لمعالجة المياه وجعلها صالحة للاستهلاك الآدمى، بالإضافة إلى تكاليف علاجهم من الأمراض التى قد تصيبهم نتيجة هذا التلوث، وكذلك تكاليف السفر بعيداً للحصول على منفعة الاستجمام بالمياه التى فقدوها بسبب التلوث.

١-٣: التكاليف الغارقة[1] :

تشير إلى التكاليف التى لاتتأثر بقرار معين، وبالتالى تعتبر غير ملائمة لذلك القرار. وهى تكاليف لايمكن استردادها. فمثلاً، يمكن تحمل بعض التكاليف فى تقييم مقترحات المشروعات المختلفة. فإذا كان لايمكن استرداد هذه التكاليف بغض النظر عن المشروع الذى تم اختياره، فإنها تعتبر غير مناسبة لاتخاذ القرار باختيار المشروع المحدد.

وتمثل هذه التكاليف نوعاً أخر من التكاليف الثابتة، ويمكن تفسير مفهوم التكاليف الغارقة كتكاليف ثابتة بمثال لإحدى المنشآت اتخذت قرار استئجار مكتب لمدة عام. فهنا يعتبر الإيجار الشهرى الذى التزمت المنشأة

---

(١) Sunk Costs.
هناك ترجمات أخري لهذا الاصطلاح فقد يشير إليها البعض بـ "التكاليف الضائعة" أو "التكاليف المفقودة"، ولكن الشائع استخدام مفهوم "التكاليف الغارقة".

بدفعه تكاليف ثابتة، وذلك لأنها التزمت بدفعه بغض النظر عن مقدار الناتج الذى تنتجه. ولنفترض الآن أنها قررت تجديد المكتب بطلائه وشراء أثاث، فهنا تعتبر تكلفة الطلاء ثابتة، ولكنها أيضاً تكلفة غارقة لأنها مدفوعات تمت ولايمكن استردادها، أما تكلفة شراء الأثاث فإنها ليست غارقة تماماً، لأنه من الممكن إعادة بيع الأثاث عندما ترغب المنشأة فى ذلك. وهنا نجد أن "الفرق" بين شراء الأثاث الجديد وعائد بيع هذا الأثاث بعد استعماله يمثل تكلفة غارقة.

ولتفسير ذلك بالتفصيل، افترض أن المنشأة اقترضت ٢٠٠٠٠ جنيه فى بداية العام بسعر فائدة ١٠٪. ووقعت عقد إيجار لاستئجار مكتب ودفعت ١٢٠٠٠ جنيه مقدماً للسنة التالية. وانفقت ٦٠٠٠ جنيه على أثاث المكتب، و٢٠٠٠ جنيه على طلائه. ففى نهاية السنة تقوم المنشأة بسداد قيمة القرض ٢٠٠٠٠ جنيه بالإضافة إلى ٢٠٠٠ جنيه مدفوعات الفائدة، وتبيع أثاث المكتب المستعمل بمبلغ ٥٠٠٠ جنيه.

وهكذا تتكون التكاليف الغارقة الكلية من الإيجار ١٢٠٠٠، الفائدة ٢٠٠٠، الطلاء ٢٠٠٠، و ١٠٠٠ جنيه فقط للأثاث، لأن المنشأة تستطيع استرداد ٥٠٠٠ جنيه من الإنفاق الأصلى على الأثاث.

ويمكن أن يكون الفرق بين التكاليف الغارقة والتكاليف المستردة كبيراً، فمثلاً يمثل إنفاق ١٠٠٠٠٠ جنيه لشراء خمس شاحنات خفيفة يبدو مبلغاً كبيراً، ولكن إذا أمكن بيعها بعد ذلك فى سوق الشاحنات المستعملة بمبلغ ٨٠٠٠٠ جنيه، فإن التكلفة الغارقة الحقيقية تكون ٢٠٠٠٠ جنيه فقط. ولكن هناك حالات تكون فيها كل التكاليف غارقة.

وتتمثل أفضل طريقة لتبسيط هذه الأمور فى التأكد من معاملة كل النفقات على أساس التدفق : أى ما هى تكلفة القيام بعمل لمدة سنة ؟ فبهذه الطريقة يقل احتمال نسيان قيمة إعادة بيع المعدات الرأسمالية، ويزيد احتمال وضوح التمييز بين التكاليف الغارقة والتكاليف المستردة.

١-٤: التكاليف التاريخية[١] :

تشير إلى سجل التكاليف التى تحملتها المنشأة نتيجة قرارات سابقة (قد تكون خاطئة)، وقد لاتكون هى التكاليف المناسبة للاستخدام عند اتخاذ القرارات المتعلقة بالمستقبل، ويمكن أن تكون البيانات المتاحة عن التكاليف التاريخية غير دقيقة بسبب معدلات التضخم والتغير فى أسعار المدخلات.

٢: علاقات تكاليف الإنتاج فى الأجل القصير:

يمكن دراسة وتحليل علاقات تكاليف الإنتاج في الأجل القصير من خلال منهجين، **الأول**: يركز علي تحليل التكاليف الكلية للإنتاج التي تتحملها المنشأة خلال فترة زمنية محددة لإنتاج حجم محدد من السلعة أو الخدمة التي تنتجها المنشأة، بينما يركز المنهج **الثاني** علي تحليل تكلفة الوحدة المنتجة من السلعة أو الخدمة التي تنتجها المنشأة.

٢-١: التكاليف الكلية للإنتاج:

اتضح من تحليل علاقات الإنتاج فى الأجل القصير فى الفصل السابق أن الإنتاج يتم باستخدام مدخلات إنتاج ثابتة، ومدخلات إنتاج متغيرة. وبالتالى فإن تكاليف الإنتاج فى الأجل القصير تنقسم إلى مجموعتين : تكاليف ثابتة وتكاليف متغيرة.

التكاليف الثابتة : تشتمل على جميع التكاليف التى لا تتغير مع تغير حجم الإنتاج، ومن أمثلة التكاليف الثابتة تكاليف الأرض، وتكاليف المبانى والإيجارات وتكاليف الآلات والمعدات، وأجور عمال الحراسة، والضرائب الإجمالية، وتكاليف الصيانة التى تتم بعقود ثابتة. ويتضح أن التكاليف الثابتة تكون قد دفعت بالفعل قبل بدء الإنتاج، ومن ثم فإن زيادة حجم الإنتاج لاتؤدى إلى زيادتها وكذلك فإن خفض حجم الإنتاج لايؤدى إلى تناقصها، وإذا توقفت المنشأة عن الإنتاج فإن هذا لا يعنى أن التكاليف

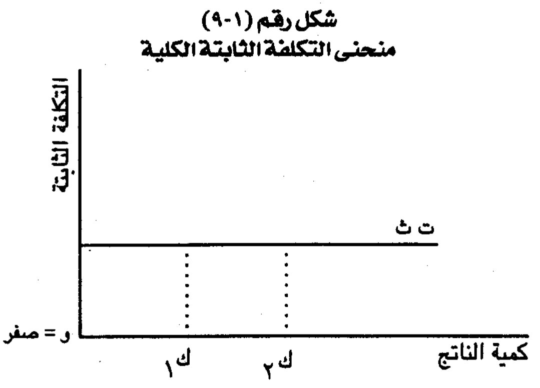
---

(١) Historical Costs.

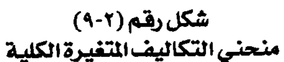
الثابتة أصبحت صفر، ولكن هذا غير حقيقى حيث ماتزال تتحمل المنشأة التكاليف الثابتة.

ووفقاً لمفهوم التكاليف الثابتة يتم رسم منحنى التكاليف الثابتة فى شكل خط مستقيم موازى للمحور الأفقى، وذلك لأن هذه التكاليف لاتتغير مع تغير حجم الإنتاج، كما فى الشكل رقم (١-٩)، ومن ثم فإن التكاليف الثابتة عند حجم إنتاج صفر هى نفسها عند حجم الإنتاج وك١ هى نفسها عند حجم الإنتاج وك٢......... وهكذا.

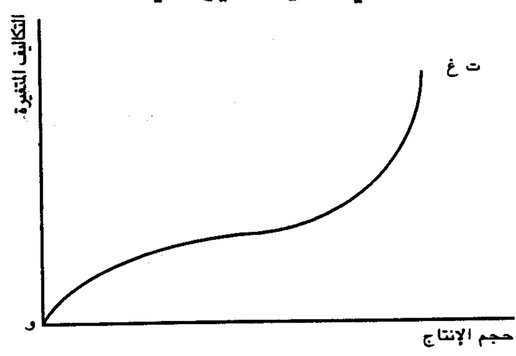
شكل رقم (١-٩)
منحنى التكلفة الثابتة الكلية



التكاليف المتغيرة : تشتمل على جميع التكاليف التى تتغير مع تغير حجم الإنتاج، وعادة ترتبط التكاليف المتغيرة مع حجم الإنتاج فى المنشأة بعلاقة طردية فتزيد بزيادة حجم الإنتاج وتنخفض بانخفاضه، وعندما تتوقف المنشأة عن الإنتاج لظروف طارئة ومؤقتة أى يصبح حجم الإنتاج صفر فإن المنشأة لاتتحمل عندئذ أية تكاليف متغيرة. ومن أمثلة التكاليف المتغيرة أجور العمالة المرتبطة بالإنتاج، وتكلفة مدخلات الإنتاج من مواد خام ووسيطة، وتكلفة الوقود سواء كانت كهرباء أو بترول أو غاز طبيعى أو فحم...، وضرائب المبيعات والرسوم الجمركية، وتكاليف الصيانة التى لاتتم وفقاً لعقود ثابتة.



شكل رقم (٢-٩)
منحني التكاليف المتغيرة الكلية



عندما نرسم منحني التكاليف المتغيرة نجد أنه يبدأ من نقطة الصفر، وذلك لأنه عند توقف المنشأة عن الإنتاج لا تتحمل أي نوع من التكاليف المتغيرة، ولكن عندما تبدأ المنشأة الإنتاج فإنها تتحمل التكاليف المتغيرة والتي تزيد مع زيادة حجم الإنتاج، ومن ثم يكون منحني التكلفة المتغيرة منحني ذو ميل موجب، ولكن هذا الميل يكون متناقص في البداية (في مرحلة تزايد الغلة)، ثم يأخذ الميل بعد ذلك في التزايد (في مرحلة تناقص الغلة)،وذلك كما يوضحه الشكل رقم (٢-٩).

التكاليف الكلية :

تمثل التكلفة الكلية مجموع التكاليف الثابتة الكلية والتكاليف المتغيرة الكلية، أى أن :

ت ك = ت ث + ت غ

حيث :

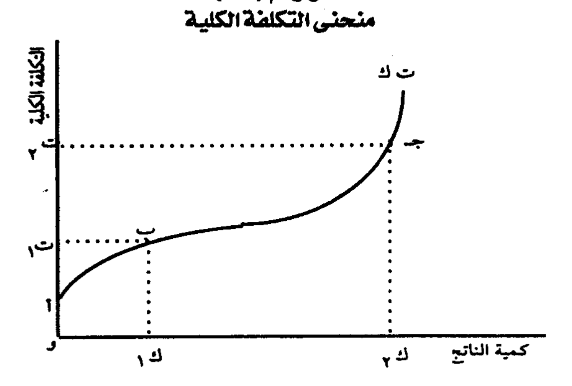
ت ك = التكلفة الكلية

ت ث = التكلفة الثابتة الكلية.

ت غ = التكلفة المتغيرة الكلية.

ويوضح شكل (٣-٩) منحنى التكلفة الكلية. حيث تقاس التكلفة على المحور الرأسي، ويقاس الناتج على المحور الأفقي. فعندما يكون الناتج (ك) صفراً، تكونا لتكلفة الكليـــة موجبة، لأنـه حتى إذا كـان المشروع لاينتج

شكل رقم (٣-٩)
منحنى التكلفة الكلية



شيئاً فإنه يتحمل التكاليف الثابتة، وتمثـل التكاليف الثابتة بالمسافة الرأسية (و أ). وعند كمية الناتج (ك١) تساوى التكلفة الكلية لإنتاج هذا الناتج المساحة الرأسية من تلك النقطة على المحور الأفقى إلى النقطة (ب) على منحنى التكلفة الكلية. وتعادل التكلفة الكلية عند حجم الإنتاج ك١ المسافة و ت١، فإذا كانت التكلفة الثابتة تعادل و أ فإن التكلفة المتغيرة المقابلة لحجم الإنتاج ك١ تعادل المسافة أ ت١. وعند حجم الإنتاج ك٢ تعادل التكلفة الكلية المسافة و ت٢، وإذا كانت التكلفة الثابتة تعادل و أ فإن التكلفة المتغيرة المقابلة لحجم الإنتاج ك٢ تعادل المسافة أ ت٢،... وهكذا يمكن حساب التكاليف المتغيرة والتكاليف الثابتة والتكاليف الكلية عند أى حجم إنتاج من خلال منحنى التكلفة الكلية كما فى الشكل (٣-٩).

٢-٢ :تكلفة الوحدة (التكاليف المتوسطة):

تمثل تكلفة الوحدة الأساس في تقييم نشاط أي منشأة إنتاجية، حيث تستخدم كأساس للمقارنة بين الوحدات الإنتاجية ذات النشاط المتجانس من

حيث كفاءة الإنتاج أو كفاءة التكاليف، وكذلك تستخدم كأساس للتسعير في المنشآت، وتمثل تكلفة الوحدة المنتجة من السلعة متوسط نصيب الوحدة من المُنتَّج من التكاليف الكلية الثابتة أو المتغيرة، وتحسب علي النحو التالي.

متوسط التكاليف الكلية (تكلفة الوحدة) :

تساوى التكلفة المتوسطة الكلية إجمالى تكلفة الوحدةمن المنتج (سلعة، خدمة) الذى تقوم المنشأة بإنتاجه وتعرف أيضاً "بتكلفة الوحدة"، ونحصل عليها بقسمة إجمالى التكاليف على عدد وحدات الناتج، أى أن :

$$\text{م ت ك} = \frac{\text{ت ك}}{\text{ك}}$$

حيث : م ت ك = التكلفة الكلية المتوسطة

ك = عدد وحدات الناتج.

ونظراً لأن التكلفة الكلية يمكن تقسيمها إلى عناصر ثابتة ومتغيرة، فإنه يمكن تقسيم متوسط التكلفة الكلية كذلك[1]، أى أن:

متوسط التكلفة الكلية = متوسط التكلفة الثابتة + متوسط التكلفة المتغيرة.

ويمكن حساب متوسط التكلفة الثابتة ومتوسط التكلفة المتغيرة بقسمة كلٍ منهما على حجم الإنتاج، على النحو التالى:

متوسط التكلفة الثابتة :

تحسب بقسمة التكاليف الثابتة الكلية علي حجم الإنتاج، علي النحو التالي :

$$\text{م ت ث} = \frac{\text{ت ث}}{\text{ك}}$$

---

(١) أى أن متوسط التكلفة الكلية = متوسط التكلفة الثابتة + متوسط التكلفة المتغيرة.

$$\text{م ت ك} = \frac{\text{ت ث} + \text{ت غ}}{\text{ك}}$$

$$\text{م ت ك} = \text{م ت ث} + \text{م ت غ}$$

حيث أن :

م ت ث = متوسط التكلفة الثابتة، أو نصيب الوحدة المنتجة من التكلفة الثابتة

متوسط التكلفة المتغيرة:

وتحسب بقسمة التكاليف المتغيرة الكلية علي حجم الإنتاج، علي النحو التالي:

$$\text{م ت غ} = \frac{\text{ت غ}}{\text{ك}}$$

حيث أن :

م ت غ = متوسط التكلفة المتغيرة، أو نصيب الوحدة المنتجة من التكلفة المتغيرة.

ويعد تقسيم تكلفة الوحدة من المُنتَّج إلى تكاليف ثابتة ومتغيرة تقسيم مفيد، لأن التكاليف الثابتة للوحدة ستنخفض دائماً مع زيادة عدد الوحدات المنتجة من السلعة أو الخدمة، بينما قد تنخفض التكاليف المتغيرة للوحدة أو ترتفع بناءً على ظروف الإنتاج، فيما إذا كانت تتم في إطار مرحلة تزايد الغلة أم تتم في إطار مرحلة تناقص الغلة.

التكلفة الحدية :

تعبر التكلفة الحدية عن الزيادة فى التكلفة الكلية (أو فى التكلفة المتغيرة) نتيجة إنتاج وحدة واحدة إضافية من المُنتَّج (سلعة أو خدمة)، وتحسب على النحو التالى:

$$\text{ت ح} = \frac{\Delta \text{ت ك}}{\Delta \text{ك}} = \frac{\Delta \text{ت غ}}{\Delta \text{ك}}$$

حيث :

ت ح = التكلفة الحدية.

Δ ت ك = التغير فى التكلفة الكلية.

Δ ت غ = التغير فى التكلفة المتغيرة.

Δ ك = التغير فى حجم الإنتاج.

يمكن تحليل العلاقات القائمة بين تكاليف الإنتاج فى المنشأة من خلال التكاليف الكلية والمتوسطة والحدية. وتمثل كل هذه المتغيرات الاقتصادية دوال فى مستوى الناتج أو كمية الإنتاج (ك).

وفى ظل البيانات المتاحة فى الجدول (١-٩) عن التكلفة الثابتة والتكلفة المتغيرة المقابلة لكميات مختلفة من الناتج، يمكن حساب التكاليف الكلية، والتكلفة الكلية المتوسطة، والتكلفة المتغيرة المتوسطة، والتكلفة الثابتة المتوسطة، والتكلفة الحدية لكل مستوى من الناتج. فإذا افترضنا أن التكاليف الثابتة الكلية والتكاليف المتغيرة الكلية التى تتحملها إحدى المنشآت فى الإنتاج أمكن تجميعها كما هى فى العمود رقم (٢) و(٣) من

جدول رقم (١-٩)

علاقات تكاليف الإنتاج فى الأجل القصير

كمية الإنتاج	التكلفة الثابتة الكلية	التكلفة المتغيرة الكلية	التكلفة الكلية	التكلفة الثابتة المتوسطة	التكلفة المتغيرة المتوسطة	التكلفة الكلية المتوسطة	التكلفة الحدية	مراحل الإنتاج
صفر	١١٢	–	١١٢	–	–	–	–	
١	١١٢	٤٥	١٥٧	١١٢	٤٥	١٥٧	٤٥	مرحلة تزايد الغلة
٢	١١٢	٧٥	١٨٧	٥٦	٣٧,٥	٩٣,٥	٣٠	
٣	١١٢	٩٥	٢٠٧	٣٧,٣	٣١,٧	٦٩	٢٠	
٤	١١٢	١٢٠	٢٣٢	٢٨	٣٠	٥٨	٢٥	
٥	١١٢	١٥٠	٢٦٢	٢٢,٤	٣٠	٥٢,٤	٣٠	حد التوسع
٦	١١٢	١٩٢	٣٠٤	١٨,٧	٣٢	٥٠,٧	٤٢	مرحلة
٧	١١٢	٢٣٨	٣٥٠	١٦	٣٤	٥٠	٤٦	
٨	١١٢	٢٨٨	٤٠٠	١٤	٣٦	٥٠	٥٠	الحجم الأمثل للإنتاج
٩	١١٢	٣٥١	٤٦٣	١٢,٤	٣٩	٥١,٤	٦٣	تناقص الغلة
١٠	١١٢	٤٢٠	٥٣٢	١١,٢	٤٢	٥٣,٢	٦٩	
١١	١١٢	٤٩٥	٦٠٧	١٠,٢	٤٥	٥٥,٢	٧٥	
١٢	١١٢	٥٧٦	٦٨٨	٩,٣	٤٨	٥٧,٣	٨١	

الجدول رقم (١-٩). فمن الممكن حساب التكاليف الكلية للإنتاج المقابلة لأى حجم من أحجام الإنتاج وذلك بجمع التكاليف الثابتة والتكاليف المتغيرة نحصل على التكاليف الكلية كما تظهر فى العمود (٤) من الجدول (١-٩).

وتجدر الملاحظة أنه عندما لا تنتج المنشأة شيئاً (الكمية تساوى الصفر) تكون التكلفة الكلية ١١٢، وهذا المقدار يعادل التكلفة الثابتة للإنتاج، وهى التكلفة التى لاتتغير مع مستوى الناتج، وإذا طرحنا هذا المقدار من التكلفة الكلية المقابلة لأى حجم من أحجام الإنتاج، سنحصل على التكلفة المتغيرة الكلية المقابلة لهذا الحجم من الإنتاج.

وتحسب التكلفة الثابتة المتوسطة بقسمة التكلفة الثابتة على الكمية المنتجة عند كل مستوى ناتج ما عدا الصفر، كما تظهر نتائج ذلك فى العمود رقم (٥) من الجدول (٩-١)، ويلاحظ أن م ت ث تتناقص باستمرار مع زيادة حجم الإنتاج، طالما أن التكاليف الثابتة الكلية لا تتغير مع مستوى الناتج، من ثم تنخفض التكلفة الثابتة المتوسطة مع زيادة الناتج، إذ أن التكاليف الثابتة الكلية ستتوزع على عدد أكبر من وحدات الناتج.

وتحسب التكلفة المتغيرة المتوسطة بقسمة التكلفة المتغيرة الكلية على الكمية المنتجة عند كل مستوى ناتج ما عدا الصفر، كما تظهر نتائج ذلك فى العمود رقم (٦) من الجدول (١-٩)، ويلاحظ أن م ت غ تتناقص إلى أن تصل أدنى قيمة لها عند حجم الإنتاج ٥ وحدات ثم تتزايد مرة أخرى كلما زاد حجم الإنتاج، وذلك لأنه فى الأجل القصير عندما تكون بعض عوامل الإنتاج ثابتة يحتمل أن تنخفض التكاليف المتغيرة المتوسطة ثم ترتفع مع زيادة الناتج، ويرجع هذا إلى قانون تناقص الغلة. ففى ظل ثبات رصيد رأس المال، وزيادة قوة العمل، فإن التخصص والاستخدام الكفء للموارد يعنى أن الناتج قد يزيد سريعاً فى البداية، مما يؤدى إلى انخفاض التكلفة المتغيرة المتوسطة، إلا أنه مع الإقتراب من قيود الطاقة الإنتاجية، قد يصبح

إنتاج وحدات إضافية من الناتج أكثر تكلفة، فمثلاً قد تظهر الحاجة إلى العمل فى النوبات الليلية وعطلات نهاية الأسبوع، وهكذا فإن التكاليف المتغيرة المتوسطة قد تبدأ فى الارتفاع.

وتحسب التكلفة الكلية المتوسطة بقسمة التكلفة الكلية على الكمية المنتجة عند كل مستوى ناتج ما عدا الصفر، أو بجمع متوسط التكلفة الثابتة ومتوسط التكلفة المتغيرة، كما تظهر نتائج ذلك في العمود رقم (٧) من الجدول (١-٩)، ويلاحظ أن م ت ك تتناقص إلي أن تصل أدني قيمة لها عند حجم الإنتاج ٨وحدات ثم تتزايد مرة أخري كلما زاد حجم الإنتاج.

وأخيراً، تحسب التكلفة الحدية بحساب "الفرق" بين أرقام التكلفة الكلية لكل وحدة إضافية من الناتج. فمثلاً عندما تزيد الكمية المنتجة من ٣ وحدات إلى ٤ وحدات، تزيد التكلفة الكلية من ٢٠٧ إلى ٢٣٢، وباتالي فإن التكلفة الحدية لإنتاج الوحدة الرابعة يعادل ٢٣٢ - ٢٠٧= ٢٥.

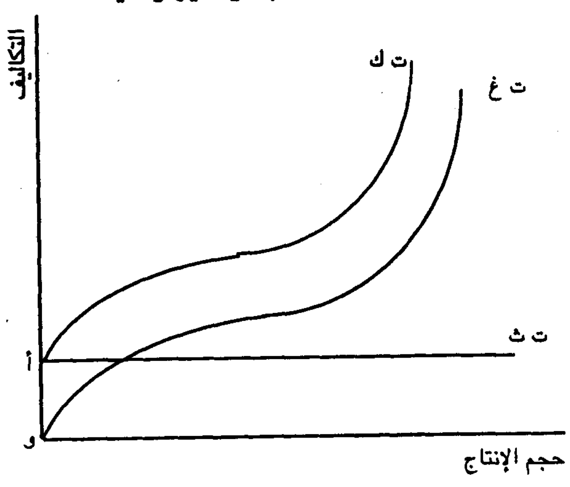
ويلاحظ أنه عندما تتزايد التكلفة الكلية ببطء مع زيادة الناتج فستكون التكلفة الحدية متناقصة، أما عندما تتزايد التكلفة الكلية بشدة مع زيادة الناتج فستكون التكلفة الحدية متزايدة.

٢-٣: علاقات التكاليف الثابتة والمتغيرة والكلية:

يمكن تمثيل بيانات الأعمدة (١)، (٢)، (٣)، (٤) من الجدول (١-٩) في شكل بياني يظهر علاقات التكاليف الكلية والتكاليف المتغيرة والتكاليف الثابتة، علي النحو المبين بالشكل رقم ٤-٩).

يوضح الشكل (٤-٩) علاقات التكاليف الكلية والتكاليف المتغيرة والتكاليف الثابتة في المنشأة،ففي هذا الشكل يمثل المنحني ث ث منحني التكلفة الثابتة ويأخذ شكل خط مستقيم موازي للمحور الأفقي مما يعني أن التكلفة الثابتة عند جميع أحجام الإنتاج واحدة لاتتغير وتعادل المسافة و أ. ويمثل المنحني ت غ منحني التكلفة المتغيرة، ويبدأ هذا المنحني من نقطة

شكل رقم (٤-٩)
علاقات التكاليف الثابتة والمتغيرة والكلية



الصفر ويتزايد باستمرار مع زيادة حجم الإنتاج، ولكنه يمر بمرحلتين تبدأ الأولى مع بداية الإنتاج حيث يتزايد بمعدلات بطيئة (متناقصة)، بعد ذلك يستمر في التزايد ولكن بمعدلات سريعة (متزايدة). ويمثل المنحني ت ك منحني التكاليف الإجمالية التي تتحملها المنشأة، ويشتق عن طريق الجمع الرأسى لمنحني التكلفة الثابتة والتكلفة المتغيرة، ويبدأ من التكلفة الثابتة علي المحور الرئيسي وهذا يعني أن التكلفة الكلية عند حجم الإنتاج صفر تعادل التكلفة الثابتة، وبعد ذلك يتزايد منحني التكلفة الكلية باستمرار مع زيادة الإنتاج ولكنه يمر بمرحلتين حيث يبدأ في التزايد مع بداية الإنتاج. ولكن بمعدلات بطيئة (متناقصة)، ثم يستمر في التزايد ولكن بمعدلات سريعة (متزايدة).

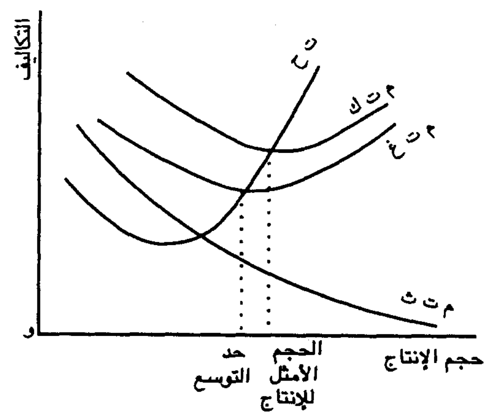
ويلاحظ أن منحني ت ك يكون موازي تماماً لمنحني ت غ عند جميع أحجام الإنتاج، وذلك لأن الفرق بينهما هو التكلفة الثابتة عند جميع أحجام الإنتاج، ومن ثم فإن ميل منحني التكلفة المتغيرة يكون هو نفس ميل منحني التكلفة الكلية عند أي حجم من أحجام الإنتاج.

٤-٢ : علاقات التكلفة المتوسطة والتكلفة الحدية :

يمكن تمثيل بيانات الأعمدة (١)، (٥)، (٦)، (٧)، (٨) من الجدول (١-٩) في شكل بياني يظهر علاقات التكاليف المتوسطة والتكلفة الحدية علي النحو المبين بالشكل (٥-٩).

يوضح الشكل (٥-٩) علاقات التكاليف المتوسطة والتكلفة الحدية في المنشأة، حيث يمثل المنحني م ت ث منحني متوسط التكلفة الثابتة، وهو منحني هابط من أعلي إلي أسفل دلالة علي تناقص م ت ث باستمرار مع زيادة حجم الإنتاج، ويمثل المنحني م ت غ متوسط التكلفة المتغيرة وهو منحني يأخذ اتجاه هابط مع زيادة الإنتاج إلي أن يصل أدني قيمة له ثم يأخذ اتجاه صاعد مع زيادة الإنتاج بعد هذا الحجم.

شكل رقم (٥-٩)
علاقات التكاليف المتوسطة والتكلفة الحدية



ويمثل المنحني م ت ك متوسط التكلفة الكلية، ويشتق عن طريق الجمع الرأسي لمنحنيي متوسط التكلفة الثابتة ومتوسط التكلفة المتغيرة، ويأخذ هذا المنحني اتجاه هابط مع زيادة الإنتاج حتي يصل أدني قيمة له ثم يأخذ اتجاه صاعد مع زيادة الإنتاج بعد هذا الحجم، وهو يأخذ شكل منحني م ت

غ ولكنه يكون أعلي منه عند جميع أحجام الإنتاج، مع تقاربها كلما زاد حجم الإنتاج.

ويلاحظ أن المسافة الرأسية بين منحني م ت ك ومنحني م ت غ تضيق كلما زاد حجم الإنتاج، وتفسير ذلك أن هذه المسافة تمثل م ت ث وهي متناقصة كما علمنا مع زيادة حجم الإنتاج.

ويمثل المنحني ت ح منحني التكلفة الحدية ويلاحظ أنه هابط في البداية مع زيادة حجم الإنتاج إلي أن يصل إلي أدني قيمة له، ثم يأخذ اتجاه صاعد مع زيادة الإنتاج بعد ذلك الحجم، ويلاحظ أن الجزء الصاعد من منحني التكلفة الحدية يقطع منحني متوسط التكلفة المتغيرة فى أدني نقطة علي هذا المنحني، ويطلق علي حجم الإنتاج المقابل لهذه النقطة **حد التوسع** ويمثل الحد الفاصل بين مرحلة تزايد الغلة وبين مرحلة تناقص الغلة لإنتاجية المنشأة. وكذلك يقطع منحني التكلفة الحدية منحني متوسط التكلفة الكلية في أدني نقطة لهذا المنحني ويطلق علي حجم الإنتاج المقابل لهذه النقطة **الحجم الأمثل للإنتاج** وهو الحجم الذي تصل عنده تكلفة إنتاج الوحدة (التكلفة المتوسطة الكلية) أدني قيمة لها.

ويمكن الخروج بنتيجة هامة من تحليل علاقات التكلفة المتوسطة والتكلفة الحدية وهي أنه إذا أدى إنتاج وحدة إضافية من الناتج إلى انخفاض التكلفة المتوسطة، فإن هذا يعنى أن التكلفة الإضافية لإنتاج هذه الوحدة (التكلفة الحدية) يجب أن تكون أقل من المتوسط السابق. وكذلك إذا أدى إنتاج وحدة إضافية من الناتج إلى زيادة التكلفة المتوسطة، فإن هذا يعنى أن التكلفة الحدية لإنتاج وحدة إضافية من الناتج يجب أن تكون أعلى من المتوسط السابق.

وللتعبير عن ذلك بطريقة أخرى، نقول إنه إذا كانت التكلفة الحدية أعلى من التكلفة المتوسطة فإن التكلفة المتوسطة لابد أن تكون متزايدة، وعندما

تكون التكلفـة الحـدية أقل من التكلفـة المتـوسطة، لابد أن تكون التكلفـة المتوسطة متناقصة، ويترتب على ذلك أنه لو كان منحنى التكلفة المتوسطة له نهاية صغرى، فإن منحنى التكلفة الحدية يجب أن يقطع منحنى التكلفة المتوسطة عند نقطة النهاية الصغرى لمنحنى التكلفة المتوسطة.

ويترتب على دراسة العلاقة بين التكلفة المتغيرة المتوسطة والتكلفة الحدية نتيجة مفيدة جداً، فقد تكون فى حالة ثبات التكلفة المتغيرة المتوسطة بعد مدى معين من الناتج. وهكذا فإن التكاليف المتغيرة المرتبطة بإنتاج وحدة إضافية ستكون كما هى خلال هذا المدى من الناتج. ولكن التكلفة الحدية تمثل طريقة أخرى لوصف التكاليف المتغيرة المرتبطة بإنتاج وحدة واحدة من الناتج، وهكذا فإنه إذا كانت التكلفة المتغيرة المتوسطة ثابتة، فإن التكلفة الحدية ستساوى التكلفة المتغيرة المتوسطة.

٣: علاقات تكاليف الإنتاج فى الأجل الطويل:

كما رأينا يمكن أن تتغير كميات كل مدخلات الإنتاج فى الأجل الطويل، ومن ثم لاتوجد تكاليف ثابتة، أى أن كل التكاليف تصبح متغيرة فى الأجل الطويل. وكما ذكرنا فى الفصل السابق، يعتمد طول الفترة التى تسمى بالأجل الطويل على طبيعة عملية الإنتاج موضع الدراسة. وتعتبر علاقات التكاليف فى الأجل الطويل عنصراً هاماً فى استراتيجية التخطيط طويل الأجل فى المنشأة.

٣-١: التكلفة الكلية في الأجل الطويل:

يمكن اشتقاق منحني التكاليف الكلية في الأجل الطويل من دالة الإنتاج للمنشأة في الأجل الطويل والتي تكون فيها جميع مدخلات الإنتاج متغيرة. ويتم ذلك بضرب سعر الوحدة من مدخل الإنتاج في الكمية المستخدمة منه، وبالتالي تحسب التكلفة الكلية المقابلة لأي حجم من أحجام الإنتاج علي النحو التالي :

$$ت = ث_{١} \times م_{١} + ث_{٢} \times م_{٢} + ... + ث_{ن} \times م_{ن}$$

حيث :

ت = التكلفة الكلية في الأجل الطويل.

$ث_{١}$، $ث_{٢}$،....، $ث_{ن}$ = أسعار مدخلات الإنتاج ١، ٢،......، ن.

$م_{١}$، $م_{٢}$،......، $م_{ن}$ = الكميات المستخدمة من مدخلات الإنتاج ١، ٢،....، ن

١، ٢،....، ن = عدد مدخلات الإنتاج التي تستخدمها المنشأة.

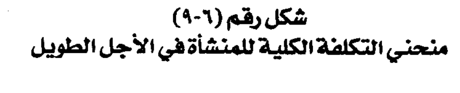
فإذا رجعنا إلي الجدول (٢-٨) في الفصل السابق والذي يمثل دالة الإنتاج طويلة الأجل للمنشأة، وإذا علمنا أن سعر الوحدة من مدخل العمل هو ٢٠ جنيه، وسعر الوحدة من مدخل رأس المال هو ٥٠ جنيه، فيمكننا الحصول تكاليف الإنتاج المقابلة لكل حجم من أحجام الإنتاج في الأجل الطويل، وذلك باستخدام المعادلة السابقة. فمثلاً عند حجم المشروع رقم (١) تكون التكلفة الكلية طويلة الأجل ٢٧٠٠ جنيه (٢٠ × ١٠ + ٥٠ × ٥٠)... وهكذا. وذلك كما يتضح من الجدول رقم (٢-٩):

جدول (٢-٩)
علاقات تكاليف الإنتاج في الأجل الطويل

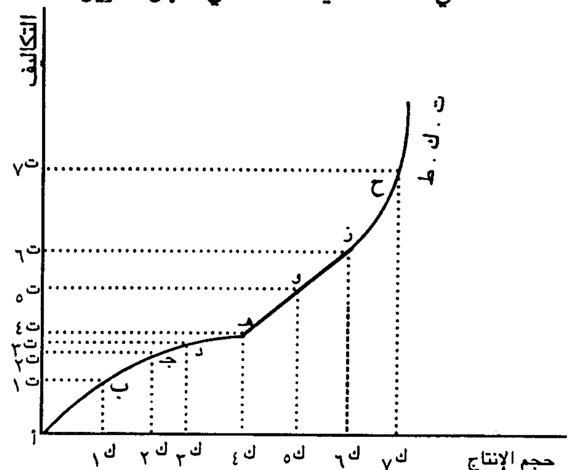
حالات حجم المشروع	كميات مدخل الإنتاج: العمل	كميات مدخل الإنتاج: رأس المال	حجم الإنتاج	التكاليف الكلية للإنتاج	نسبة الزيادة حجم الإنتاج	نسبة الزيادة التكاليف	التكاليف المتوسطة	التكاليف الحدية
١	١٠	٥٠	١٢٠	٢٧٠٠	–	–	٢٢,٥	٢٢,٥
٢	٢٠	١٠٠	٢٦٤	٥٤٠٠	٪١٢٠	٪١٠٠	٢٠,٤٥	١٨,٧٥
٣	٤٠	٢٠٠	٦٦٠	١٠٨٠٠	٪١٥٠	٪١٠٠	١٦,٤	١٣,٦
٤	٨٠	٤٠٠	١٣٢٠	٢١٦٠٠	٪١٠٠	٪١٠٠	١٦,٣٦	١٦,٣٦
٥	١٦٠	٨٠٠	٢٦٤٠	٤٣٢٠٠	٪١٠٠	٪١٠٠	١٦,٣٦	١٦,٣٦
٦	٣٢٠	١٦٠٠	٤٨٨٤	٨٦٤٠٠	٪٨٥	٪١٠٠	٪١٧,٧	١٩,٢٥
٧	٦٤٠	٣٢٠٠	٨٥٤٧	١٧٢٨٠٠	٪٧٥	٪١٠٠	٢٠,٢	٢٣,٦

ويمثل العمود رقم (٤) و (٥) في الجدول رقم (٢-٩) دالة التكاليف في الأجل الطويل للمنشأة، ويكون من الضروري مراعاة أن المنشأة عندما

تتـوقف عن الإنتـاج في الأجل الطويل، فـإنهـا لا تتحـمل أية تكاليف حـيث لايكون هناك وجود لأية تكاليف ثابتة، وبالتالي فإن دالة التكاليف الكلية تبدأ من نقطة الصـفـر، وتتزايد مع زيادة حجم المشروع باسـتمـرار، ولكنهـا في البداية تتزايد بمعدلات بطيئة (متناقصة)، ثم تتزايد بمعدلات ثابتة، ثم تتزايد بمعدلات سريعة (متزايدة)، وذلك كما يتضح من الشكل رقم (٦-٩).



شكل رقم (٦-٩)
منحنى التكلفة الكلية للمنشأة في الأجل الطويل



وتجدر الملاحظة أن شكل دالة التكاليف الكليـة في الأجل الطويل يشـبه دالة التكاليف المتغيرة في الأجل القصير، إلا أن الأسباب التي تفسر شكل كل منهما مـختلفة تماماً. حيث يفسر قانون النسب المتغيرة (قانون تناقص الغلة) شكل دالة التكاليف المتغيرة في الأجل القصير، بينما تفسر قوانين غلة الحجم شكل دالة التكاليف في الأجل الطويل.

٣-٢: التكاليف واقتصاديات الحجم:

عندمـا يخطط أصـحـاب المشـروعـات والمديرون للأجل الطويل، فـإنـهم يهتمون بأثر الزيادة فى حجم النشاط على تكلفة الوحدة من المُنتَّج (سلعة أو خـدمـة)، ويخـدم تحليل التكاليف في الأجل الطويل رسم الأفق التـخطيطي

للمنشأة ويساعد في اتخاذ القرارات الاستراتيجية طويلة الأجل، وتمر دالة تكاليف المنشأة في الأجل الطويل بثلاث مراحل هي:

١) مرحلة تناقص التكاليف بالنسبة للحجم:

إذا زاد الناتج بنسبة أكبر من نسبة زيادة المدخلات، تكون المنشأة فى حالة تزايد غلة الحجم، وهذا يعنى أن تكلفة الوحدة يمكن أن تنخفض مع زيادة حجم المشروع، أى أن كبر حجم المشروع يحقق مزايا بالنسبة للتكاليف. حيث تظهر وفورات الحجم[١] كما أشرنا في الفصل السابق بسبب قدرة العاملين على التخصص فى مجالات خبرتهم، وتوزيع التكاليف الإدارية على عدد أكبر من وحدات الناتج، وإمكانية الحصول على خصم على الكميات من الموردين، وإمكانية تحقيق استخدام أكثر كفاءة للآلات والمعدات ذات التقنية العالية المكلفة.. إلخ.

٢) مرحلة ثبات التكاليف بالنسبة للحجم :

إذا زاد الناتج بنفس نسبة الزيادة فى كل المدخلات، تكون المنشآة فى حالة ثبات غلة الحجم، وبالتالي فإن تكلفة الوحدة من المُنتَّج لن تتغير مع التغير فى حجم المنشأة. أى أنه لايمكن تحقيق أية مكاسب من زاوية التكلفة سواءً صغر المشروع أو كبر.

٣) مرحلة تزايد التكاليف بالنسبة للحجم:

إذا زاد الناتج بنسبة أصغر من زيادة المدخلات، تكون المنشأة فى حالة تناقص غلة الحجم ولذلك فإن تكلفة الوحدة من المُنتَّج يمكن أن تتزايد مع زيادة حجم المشروع، أي أن زيادة حجم المشروع تؤدي إلي مساوئ بالنسبة للتكاليف، حيث تظهر أضرار الحجم الكبير كما أشرنا سابقاً مثل زيادة البيروقراطية، وسوء الاتصالات، وتدهور علاقات العمل، وغير ذلك مما نواجهه فى المنشآت الكبيرة غالباً.

---

(١) Economies of scale .

٣-٣ : التكلفة المتوسطة فى الأجل الطويل:

يتم اشتقاق هذا المنحنى بافتراض أن كل المدخلات يمكن أن تتغير، بما فيها رصيد رأس المال، وتمثل التكلفة المتوسطة فى الأجل الطويل تكلفة الوحدة من المُنتَّج عند الأحجام المختلفة الممكنة للمشروع. وتحسب التكلفة المتوسطة في الأجل الطويل بقسمة التكلفة الكلية في الأجل الطويل علي حجم الإنتاج، أي أن :

$$\text{م ت ط} = \frac{\text{ت ك ط}}{\text{ك}}$$

حيث أن :

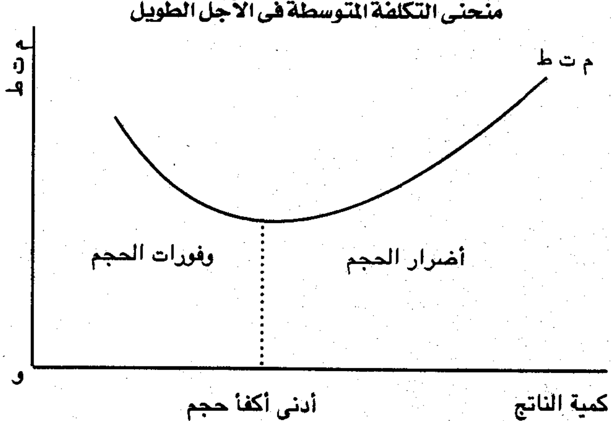
م ت ط = متوسط التكاليف في الأجل الطويل.

ت ك ط = التكاليف الكلية في الأجل الطويل.

ك = حجم (كمية) الإنتاج.

شكل رقم (٧-٩)

منحنى التكلفة المتوسطة فى الأجل الطويل



وسنحاول المقارنة بين تكلفة الوحدة بالنسبة للأحجام المختلفة للمنشأة، فنجد أن التكلفة المتوسطة فى الأجل الطويل ستنخفض فى البداية مع تزايد حجم المنشأة، حيث تستفيد من عناصر وفورات الحجم الكبير. وبعد ذلك

تمر فترة لاتتحقق فيها أية منافع بالنسبة للتكاليف مع زيادة حجم المنشأة، أى أن التكلفة المتوسطة فى الأجل الطويل تصبح ثابتة ، وأخيراً، وعندما تصبح المنشأة كبيرة جداً، تبدأ مشاكل زيادة الحجم فى تحقيق أضرار الحجم، وتبدأ التكلفة المتوسطة فى الأجل الطويل فى الزيادة.

ويعتبر مفهوم تغير تكلفة الوحدة فى الأجل الطويل مع تغير حجم المشروع مفهوماً له أهمية كبيرة بالنسبة لأصحاب المشروعات والمديرين، وذلك لتحديد الحجم الأمثل للمشروع.

٣-٤ :الحد الأدنى للحجم الأكفأ للمنشأة :

يتحدد الحجم الأمثل للمنشأة عند أدنى نقطة على منحنى التكلفة المتوسطة فى الأجل الطويل (بالرغم من وجود مدى من القيم التى تمثل الحد الأدنى للتكاليف المتوسطة كما فى شكل (٧-٩). ويعرف الحد الأدنى لحجم الإنتاج الأكفأ[1] بأنه مستوى الناتج الذى يتحقق عنده "أول" أدنى مستوى للتكاليف المتوسطة فى الأجل الطويل، وبالنظر إلي الجدول رقم (٢-٩) نجد أن الحد الأدني للحجم الأكفأ يتحقق عند حجم الإنتاج ١٣٢٠ وحدة.

وتظهر ملاءمة هذا المفهوم فى تحديد العدد المحتمل للمنافسين فى السوق، فعندما يكون "الحد الأدنى للحجم الأكفأ" صغيراً بالنسبة لإجمالى طلب السوق، يترتب على ذلك احتمال ظهور عدد كبير من صغار المتنافسين فى السوق، لأنه لاينبغى على المنشآت أن تكون كبيرة الحجم حتى تحقق أدنى تكلفة متوسطة فى الأجل الطويل. ويحتمل أن تكون المنافسة قوية، ومن أمثلة ذلك صناعة الأثاث الخشبي، وصناعة منتجات الألبان.

أما إذا كان "الحد الأدنى للحجم الأكفأ" كبيراً، وليكن أكثر من ٥٠٪ من إجمالى طلب السوق، فيحتمل أن يسيطر على السوق شركة واحدة أو

---

(١) Minimum efficient scale (MES) .

شركتان كبيرتان. ويرجع إلى أن هذا الحجم يحقق مزايا من ناحية التكاليف بالنسبة إلى إجمالى طلب السوق. وحتى يكون النشاط مربحاً، يجب أن يقوم منتج جديد بدخول السوق على نطاق واسع، ومثال ذلك صناعات الأجهزة الكهربائية المنزلية وصناعة السيارات....

وقد يكون الحجم الأمثل (الأكفأ) حجم وحيد وعادة يكون كبيراً جداً، ومن ثم تظهر في السوق منشأة وحيدة تمارس هذا النشاط وتمثل هذه المنشأة في نفس الوقت الصناعة بأكملها، مثل صناعة الحديد والصلب أو صناعة الألمنيوم.

الباب الخامس

قرارات تحديد السعر والناتج والربحية للمنشأة

- قرارات تحديد السعر والناتج والربحية للمنشأة فى سوق المنافسة الكاملة
- قرارات تحديد السعر والناتج والربحية للمنشأة في سوق الاحتكار التام
- قرارات تحديد السعر والناتج والربحية للمنشأة في سوق منافسة القلة
- قرارات تحديد السعر والناتج والربحية للمنشأة في سوق المنافسة الاحتكارية

مقدمــــة:

استقر الاقتصاديون على تقسيم الأسواق إلى أربعة هياكل رئيسية، هى: سوق المنافسة الكاملة، وسوق الاحتكار الكامل، وسوق منافسة (احتكار) القلة، وسوق المنافسة الاحتكارية. ويتفق معظم الاقتصاديون على أن هناك أربعة محددات رئيسية لدرجة المنافسة يمكن الارتكان إليها للتمييز بين الهياكل المختلفة للسوق وهى: عدد البائعين والمشترين، ومدى تجانس المُنتَّج الذى تنتجه المنشآت العاملة فى السوق، ومدى سهولة الدخول فى والخروج من الصناعة، ومستوى معرفة كل منشأة بالمعلومات المتعلقة بالعوامل المؤثرة على الصناعة أو السوق.

ولاتختلف طبيعة الإنتاج فى المنشأة من حيث المدخلات وكيفية الخلط بينها، أو من حيث التكاليف ومكوناتها وسلوكها، حيث تتحدد دوال التكاليف بالعوامل التكنولوجية وأسعار الموارد مهما اختلفت طبيعة السوق التى تعمل المنشأة فى إطارها سواء كانت سوق للمنافسة الكاملة، أو سوق للاحتكار الكامل، أو سوق لمنافسة (احتكار) القلة، أو سوق للمنافسة الاحتكارية.

كما وأن الأهداف التى تحدد مستوى الإنتاج فى المنشأة لاتختلف من سوق لأخرى، فهى إما تحقيق أقصى ربح ممكن، أو تحقيق أدنى خسارة ممكنة فى حالة اضطرار المنشأة لتحقيق خسائر[1]. كما وأن الكيفية التى يتم بها حساب الأرباح والخسائر التى تحققها المنشأة، لاتختلف من سوق لأخرى فهى محصلة استنزال التكاليف من الإيرادات (الإيرادت – التكاليف). ومن ثم يكون هدف المنشأة فى جميع الأسواق هو الوصول بالإنتاج إلى آخر وحدة يترتب عليها إضافة للإيرادات الكلية مساوية للإضافة التى تضيفها تلك الوحدة إلى التكاليف الكلية. أى أن مستوى الإنتاج الذى تقرره المنشأة يتحدد عندما تتعادل التكلفة الحدية مع الإيراد

(١) هناك منشآت خاصة لاتهدف إلي الربح مثل الجمعيات الخيرية...، وكذلك هناك مؤسسات حكومية لاتعمل وفق قواعد السوق الحر ولكن تعمل وفق آليات اجتماعية، لذلك فإن التحليل الحالي لاينطبق علي تلك المنشآت وإن كان هذا لايمنع من انطباق نفس التحليل علي المؤسسات والمنشآت الحكومية الهادفة للربح والتي تعمل وفق قواعد السوق الحر.

الحدى، وهذه القاعدة تطبقها جميع المنشآت بلا استثناء مهما اختلفت طبيعة السوق التى تعمل المنشأة فى إطارها.

ولكن يأتى **الاختلاف** فى حجم الإنتاج الذى تقرره المنشأة وكذلك فى أسعار البيع للمُنتَّجات النهائية التى تطرحها المنشأة فى السوق، وذلك لأن الأسعار التى تبيع بها المنشأة تفرضها طبيعة السوق التى تمارس فيها المنشأة نشاطها الإنتاجى : فالمنشأة التى تعمل فى سوق للمنافسة الكاملة تتعامل بسعر واحد يتحدد خارجياً فى السوق بقوى العرض والطلب ويُفَرض على جميع المنشآت التى تعمل فى إطار تلك السوق ولا تمتلك أى منشأة أى درجة من القدرة لتغيير ذلك السعر بمفردها، لأن حصتها فى السوق تظل صغيرة جداً فى ظل وجود عدد كبير جداً من المنشآت، كما أنها لاتملك ولن تستطيع حشد سلوك مجموعة من المنشآت للتأثير على ذلك. لذا فسيكون منحنى الطلب على مُنتَّج المنشأة منحنى طلب لا نهائى المرونة. أما فى الأنماط الثلاث الأخرى للسوق (الاحتكار التام، واحتكار القلة، والمنافسة الاحتكارية)، حيث تتوافر درجة ما من الاحتكار قد تصل إلى الاحتكار الكامل بما يتيح للمنشأة درجة ما من التأثير فى سعر بيع مُنتَّجها فى السوق، سواء كان ذلك بالتحكم المباشر فى السعر، أو بالتأثير غير المباشر فى السعر من خلال التحكم فى حجم الإنتاج الذى تقرر المنشأة طرحه فى السوق (ولايمكن للمنشأة التحكم بالأسلوبين معاً)، لذلك فسيكون منحنى الطلب على مُنتَّجات المنشأة هو منحنى الطلب العادى (علاقة عكسية بين السعر والكمية المطلوبة)، وإن اختلفت درجة مرونته من منشأة لأخرى ومن سوق لآخر من الأسواق الثلاث.

لذلك فإن الاختلافات القائمة بين هياكل الأسواق المختلفة تكون فى طبيعة جانب الطلب أو الإيرادات، ولايوجد خلاف فى طبيعة جانب العرض أو التكاليف، وإن كان هذا لايمنع من وجود ثمة علاقة بين هيكل السوق والتكاليف، فقد تؤدى علاقة التكاليف باقتصاديات الحجم إلى وضع احتكارى وتقييد الأوضاع التنافسية، ولكن هذه الحالات لاتمثل ظاهرة، ومن ثم لايجوز تعميمها وتظل حالات فردية.

الفصل العاشر
قرارات تحديد السعر والناتج والربحية للمنشأة في سوق المنافسة الكاملة

يمثل نموذج "سوق المنافسة الكاملة" الحالة العامة لتحليل السوق، ويعبر هذا النموذج عن حالة سوق يتميز بتزاحم في جانب العرض ، حيث يكون هناك عدد كبير جداً من المنتجين، وتزاحم كذلك في جانب الطلب حيث يوجد عدد كبير جداً من المشترين، ومن ثم لا تكون هناك أي فرصة لممارسات احتكارية ، وتكون الظروف السائدة في السوق تنافسية ، وتكون هناك شفافية وإفصاح تام من جميع المتعاملين في السوق.

١ :طبيعة سوق المنافسة الكاملة:

كما أشرنا في مقدمة الباب الخامس توجد أربعة محددات لدرجة المنافسة أو الاحتكار في السوق، وبتحليل المحددات الأربعة لدرجة تنافسية السوق التى تنظمها قواعد وآليات المنافسة الكاملة، نلاحظ أن سوق المنافسة الكاملة تتميز بالآتى :

١) عدد كبير جداً من المُنتِّجين والمشترين :

يوجد فى سوق المنافسة الكاملة عدد كبير جداً من المُنتِّجين والمشترين وكل منهم يمثل حصة صغيرة جداً فى السوق ولايتمكن أى من المُنتِّجين أو المشترين من التأثير بمفرده فى العناصر الثلاث للسوق (العرض، الطلب، السعر) وأن جميع المُنتِّجين يعملون فى هذه السوق مستقلين عن بعضهم البعض، أى أن تأثير كل منهم يكون صفر أو يمكن إهماله.

٢) تجانس المُنتَّج :

تنتج جميع المنشآت التى تعمل فى سوق المنافسة الكاملة مُنتَّج متجانس، أى أن مُنتَّجات جميع المنشآت العاملة فى الصناعة تحمل نفس

الخصائص، بحيث يصعب على المستهلك تميز مُنتَّج المنشأة (أ) عن مُنتَّج المنشأة (ب) وبالتالى يستوى للمستهلك الشراء من أى بائع، ومن ثم لا يكون لأى منشأة أى أفضلية فى الجودة على منافسيها.

٣) حرية انتقال عناصر الإنتاج :

ويقصد بذلك حرية دخول مُنتِّجين جدد للصناعة بتأسيس منشآت جديدة تساهم فى زيادة إنتاج مُنتَّج الصناعة، ويكون حافز الربح هو الدافع الجاذب لتلك المنشآت مما يعنى تحول عناصر إنتاج من قطاعات إنتاجية أخرى لتعمل داخل هذه الصناعة.

ولا يقتصر الأمر على حرية الدخول، بل وكذلك حرية خروج المنشآت من الصناعة عن طريق التصفية أو الإغلاق المؤقت أو تخفيض الإنتاج عند انخفاض الأرباح أو تحقيق خسائر، مما يعنى تحول عناصر الإنتاج من الصناعة إلى قطاعات إنتاجية أخرى.

فليست هناك أية موانع قانونية أو فنية أو اقتصادية أو مالية... أو غير ذلك تمنع دخول منشآت جديدة للصناعة أو خروج منشآت قائمة منها، والمقصود هنا بقابلية الموارد للانتقال هو معيار "الاستخدام" وليس "الموقع" حيث يكون بالإمكان تحويل الأرض من زراعة الأرز إلى زراعة القطن أو من زراعة القمح إلى زراعة الفول،... وكذلك يكون بالإمكان انتقال العامل من العمل فى مصنع سيارات للعمل فى مصنع للملابس الجاهزة،... أو تحويل مبنى سكنى إلى مبنى تجارى... وهكذا، وتكون قابلية بعض الموارد على الانتقال أكبر من موارد أخرى، ويتوقف ذلك على درجة التخصص ونوع الاستخدام الذى تعمل فيه.

٤) المعرفة التامة بظروف السوق :

أى أنه يتاح لجميع المُنتِجين فى سوق المنافسة الكاملة معلومات كاملة حول جميع العوامل التى تؤثر فى عمل السوق، وهذا يعنى أن كل منشأة

تعرف الأسعار التى تدفعها المنشآت الأخرى لجميع عناصر الإنتاج المشاركة فى الإنتاج، وكذلك تعلم جميع مصادر توريد تلك العناصر الإنتاجية، وكذلك يتاح لجميع المُنتجين نفس المستوى من المعرفة الفنية ويمكنهم الحصول على نفس المستوى من التكنولوجيا، كما أن كل مُنتِج يعرف نفس المعلومات حول طلب السوق على مُنتَّجه، وإجمالاً يجب ألا يكون هناك أية أسرار حول جميع العوامل المؤثرة فى الصناعة أو السوق.

ويترتب على تلك الخصائص الأربعة مجتمعة أنه لن تتمكن منشأة واحدة من التأثير على السعر السائد فى السوق، ففى ظل المنافسة الكاملة تنتج كل منشأة جزء ضئيل من إجمالى الإنتاج المطروح فى السوق. لذلك فإنها إذا قامت بزيادة حجم إنتاجها أو خفضه فلن تترك أثر يذكر على إجمالى المعروض فى السوق، ومن ثم لن تؤثر بذلك فى سعر السلعة. وكمثال لذلك[١] نفرض أن ١٠٠٠٠ منشأة تتنافس فى السوق تنتج كل منها ١٠٠ وحدة فيكون العرض الكلى فى السوق ١٠٠٠٠٠٠ وحدة، فإذا افترضنا أن إحدى هذه المنشآت قامت بتخفيض إنتاجها إلى النصف أى أصبحت تنتج ٥٠ وحدة فقط بدلاً من ١٠٠ وحدة، فهل يترك هذا الإجراء من جانب هذه المنشأة أى أثر على السعر ؟ الإجابة لا. والسبب وراء ذلك واضح، فقيام هذه المنشأة الفردية بتقييد حجم إنتاجها لايترك أثراً محسوساً على العرض الكلى، إذ تنخفض إجمالى الكمية المعروضة من ١٠٠٠٠٠٠ وحدة إلى ٩٩٩٩٥٠ وحدة، وأن مثل هذا الانخفاض ضئيل للغاية لايمثل تغير كاف فى العرض الكلى للتأثير على سعر السلعة. وباختصار، فإن المُنتَّج الفرد فى سوق المنافسة الكاملة لايستطيع تعديل سعر السوق، ولكنه يكيف أموره ويضبط حجم إنتاجه على هداه.

وبعبارة أخرى، فإنه فيما يختص بالسعر نجد أن السعر بالنسبة

---

(١) C. R. McGonnell and H. G. Gupta, ***Economics : Principles, Problems and Policies, Vol.4*** (New Delhi : Tata MacGraw-Hill Publishing Co. LTD., 1974) PP 120-121.

للمنشأة الفردية من المعطيات المسلم بها لاتستطيع أن تؤثر فيه، وتحصل على نفس السعر سواء عرضت كمية كبيرة أو كمية صغيرة من الإنتاج، وبالتالى فإن إقدام المنشأة الفردية على رفع سعرها عن السعر السائد فى السوق عبس لاجدوى له، فالمستهلكين لن يقدموا على شراء أى شيء من المنشأة (أ) بسعر ٢,٢٥ جنيه فى الوقت الذى تعرض ٩٩٩٩ منشأة منافسة لها سلعة مشابهة (بديل كامل) للبيع بسعر ٢ جنيه فقط للوحدة، وعلى العكس من ذلك، نجد أن المنشأة (أ) تستطيع أن تبيع أى كمية تشاء من السلعة التى تنتجها بسعر ٢ جنيه للوحدة. لذلك لايكون هناك سبب يدعوها إلى البيع بسعر أقل، وليكن ١,٩٥ جنيه للوحدة إذ أن مثل هذا التصرف يخفض من أرباحها.

وأخيراً، هناك نقطة هامة يجدر الإشارة إليها وهى : أنه بالرغم من أن المنشأة الفردية لاتستطيع التأثير على سعر السلعة التى تنتجها عن طريق تغيير حجم إنتاجها، إلا أن المنشآت العاملة فى سوق المنافسة الكاملة إذا اتفقت جميعاً[1] على اتخاذ إجراء للتأثير على السعر، فإنها مجتمعة تستطيع تغيير سعر السوق. فمثلاً، إذا قامت جميع العشرة آلاف منشأة العاملة فى السوق بخفض إنتاجها من ١٠٠ وحدة إلى ٥٠ وحدة فإن الكمية المعروضة فى السوق سوف تنخفض من مليون وحدة إلى ٥٠٠٠٠٠ وحدة، ويمثل ذلك بالتأكيد تغيير جوهرى يتوقع أن يؤدى إلى رفع الأسعار بدرجة كبيرة.

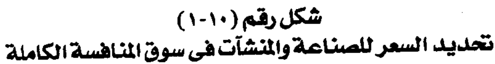
والخلاصة أن المنشأة بمفردها لاتستطيع أن تؤثر فى سعر السلعة، واكن جميع المنشآت كمجموعة تستطيع، ويظل سعر السلعة ثابت بالنسبة للمنشأة الفردية فى الأجل القصير، إلا أن السعر عُرضة للارتفاع أو

(١) من المستحيل أن يحدث مثل هذا الاتفاق بين هذا العدد الهائل من المنشآت، ولكن هذا لايمنع حدوث اتجاه عام للتخفيض أو الزيادة في الإنتاج لجميع أو معظم المنشآت عند تغير ظروف السوق وشيوع العلم بهذا التغيير لجميع المنشآت.

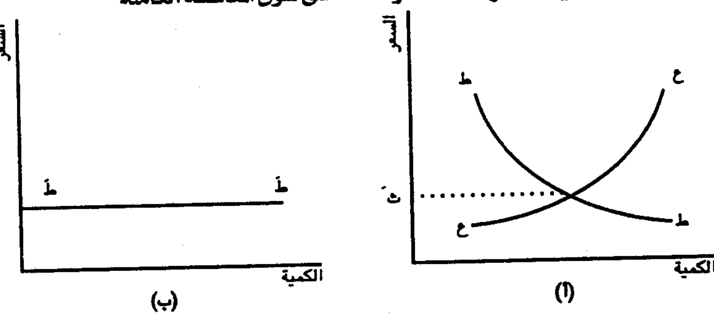
الانخفاض تبعاً للتغيرات التى تحدث فى الطلب الكلى أو العرض الكلى فى السوق، وذلك فى الأجل الطويل، ولكن يرتفع السعر أو ينخفض ويظل سعر وحيد لجميع المنشآت العاملة فى سوق المنافسة الكاملة.

والحقيقة أن الأمثلة التى تعبر عن المنافسة الكاملة بدقة قليلة ومتباعدة، وأفضل مثال (إذا استبعدنا السياسة الحكومية فى الدعم والتسعير) هو قطاع الزراعة فأسواق القمح والقطن والشعير والذرة وأنواع متعددة من الثروة الحيوانية ومُنتَّجات زراعية أخرى هى نماذج لسوق المنافسة الكاملة، بينما نجد أن هناك عدد قليل من الصناعات فى سوق المنافسة الكاملة. فهناك آلاف الفلاحين الذين ينتجون نوع معين من القمح أو القطن أو الذرة وهى سلع نمطية أو متماثلة. وكذلك فإن الدجاج المُنتَّج فى مزارع أبوخليل هو نفسه الدجاج المُنتَّج فى مزارع الشرقية للدواجن، وكل منشأة تعرض جزء صغير من المعروض الإجمالى منه ولايستطيع أى صاحب مزرعة دواجن أن يسيطر على سعر السوق للدواجن، ولكنه يقبل سعر السوق والذى يمثل بالنسبة له أحد المعطيات التى ليس له أى سلطة للتأثير عليه، فصاحب مزرعة الدواجن الفرد يستطيع أن يبيع أية كمية كبرت أو صغرت دون أن يؤثر على السعر، وهو لايبدد موارده المالية فى الإعلان أو ترويج المبيعات، فصاحب مزارع أبوخليل يعلم أن هناك آلاف من أصحاب مزارع الدواجن الآخرين الذين ينتجون سلعة مشابهة لها نفس مواصفات سلعته، وأيضاً فإن المشترين على دراية بذلك. لذلك فإن الإعلان يكون غير مجدى وعبس ومضيعة للوقت والجهد والمال.

وإجمالاً يمكن القول بأن السعر فى سوق المنافسة الكاملة يتحدد بتفاعل قوى العرض والطلب فى السوق، وتكون جميع المنشآت آخذة للسعر Price Taker وليست مقررة للسعر Price Setter، وذلك كما يوضحه الشكل (١-١٠):



شكل رقم (١٠-١)
تحديد السعر للصناعة والمنشآت فى سوق المنافسة الكاملة



ويتضح من الشكل رقم (١-١٠/أ) أن منحنى الطلب السوقى (ط ط) الذى يواجه الصناعة منحنى طلب عادى علاقة عكسية بين السعر والكمية المطلوبة فى السوق، ومنحنى عرض الصناعة (ع ع) منحنى عرض عادى علاقة طردية بين السعر والكمية المعروضة فى السوق، وبتقاطع منحنى الطلب ومنحنى العرض يتحدد السعر السائد فى السوق (ثَ)، ويمثل هذا السعر منحنى الطلب الذى يواجه المنشأة (طَ طَ) كما فى الشكل (١-١٠/ب) حيث يمكن للمنشأة بيع أى كمية صغرت أو كبرت عند هذا السعر ولن تملك تغييره بمفردها، وبالتالى يكون منحنى الطلب على مُنتَّج المنشأة منحنى طلب لانهائى المرونة.

٢ : إيرادات المنشأة فى سوق المنافسة الكاملة :

يمكن حساب الإيراد الكلى (أ ك) للمنشأة، وذلك بضرب حجم الإنتاج (ك) فى السعر (ث)، ويمكن حساب الإيراد المتوسط (أ م) للمنشأة بقسمة الإيراد الكلى (أ ك) على حجم الإنتاج (ك)، ودائماً يكون الإيراد المتوسط هو السعر، ويمكن حساب الإيراد الحدى للمنشأة، فهو يمثل الإضافة إلى الإيراد الكلى نتيجة زيادة الوحدات المباعة من المُنتَّج بوحدة واحدة. ويحسب بقسمة التغير فى الإيراد الكلى (Δ أ ك) على التغير فى حجم الإنتاج (Δ ك)، وذلك كما توضحه العلاقات التالية :

$$\text{أ ك} = \text{ث} \times \text{ك}$$

$$\text{أ م} = \frac{\text{أ ك}}{\text{ك}} = \frac{\text{ث} \times \text{ك}}{\text{ك}} = \text{ث}$$

$$\text{أح} = \frac{\Delta \text{ أ ك}}{\Delta \text{ ك}} = \frac{\text{ث ك}_{٢} - \text{ث ك}_{١}}{\text{ك}_{٢} - \text{ك}_{١}} = \frac{\text{ث} (\text{ك}_{٢} - \text{ك}_{١})}{\text{ك}_{٢} - \text{ك}_{١}} = \text{ث}$$

وهناك علاقة بين الإيراد الحدى ومرونة الطلب على النحو التالى :

$$\text{أح} = \text{ث} - \frac{\text{ث}}{\text{م}}$$

ولما كانت مرونة منحنى الطلب الذى يواجه المنشأة فى سوق المنافسة الكاملة تعادل (∞)، فإن الإيراد الحدى للمنشأة فى هذه السوق سيكون مساوياً للسعر، حيث $\frac{\text{ث}}{\infty}$ = صفر.

$$\text{أ ح} = \text{ث} - \frac{\text{ث}}{\infty}$$

$$\text{أ ح} = \text{ث}$$

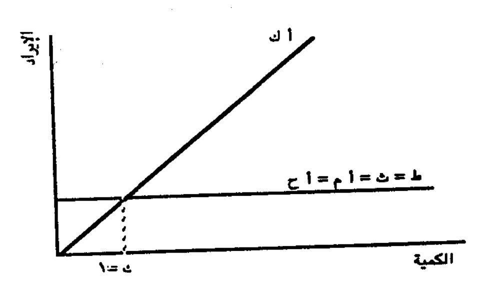
وبافتراض أن سعر البيع (ث) الذى يمثل سعر التوازن فى سوق المنافسة الكاملة هو ١٠ جنيه للوحدة من المُنتَّج، فيمكن حساب الإيراد الكلى والمتوسط والحدى للمنشأة من خلال الجدول رقم (١-١٠) على النحو التالى:

جدول (١-١٠)
إيرادات المنشأة فى سوق المنافسة الكاملة

حجم الإنتاج	ث	أ ك	أ م = ث	أ ح = ث
١	١٠	١٠	١٠	١٠
٢	١٠	٢٠	١٠	١٠
٣	١٠	٣٠	١٠	١٠
٤	١٠	٤٠	١٠	١٠
٥	١٠	٥٠	١٠	١٠
٦	١٠	٦٠	١٠	١٠
٧	١٠	٧٠	١٠	١٠
٨	١٠	٨٠	١٠	١٠
٩	١٠	٩٠	١٠	١٠
١٠	١٠	١٠٠	١٠	١٠

ويمكن تمثيل منحنيات الإيرادات الخاصة بالمنشأة التى تعمل فى سوق المنافسة الكاملة بيانياً على النحو الموضح بالشكل رقم (٢-١٠).

شكل رقم (٢-١٠)
إيرادات المنشأة فى سوق المنافسة الكاملة



يوضح الشكل (٢-١٠) علاقات الإيراد الكلى والمتوسط والحدى المنشأة تعمل فى سوق المنافسة الكاملة، حيث يتضح أن منحنى الإيراد الكلى يبدأ من نقطة الصفر ويتزايد بمعدل ثابت، لذلك يكون خط مستقيم يميل لأعلى مع زيادة الكميات المنتجة أو المباعة.. ونظراً لأن السعر الذى تتعامل به المنشأة فى السوق يكون ثابت، لذا فإن منحنى (أ م) سيكون خط مستقيم موازى للمحور الأفقى وينطبق عليه منحنى (أ ح) وكذلك منحنى الطلب.

٣: توازن المنشأة فى الأجل القصير:

إن الهدف الأول للمنشأة هو تحقيق أقصى ربح ممكن أو تحمل أدنى خسارة ممكنة فى الحالات التى تفرض تحقيق خسائر، ويطلق على الحالة التى تُمكن المنشأة من تحقيق هذا الهدف حالة توازن المنشأة.

يمكن حساب الربح أو الخسارة باستنزال التكاليف الكلية من الإيرادات الكلية، أى أن :

الربح (أو الخسارة) = الإيرادات الكلية - التكاليف الكلية

ر = أ ك - ت ك

فإذا كان الفرق موجباً فإن ذلك يعنى تحقق أرباح للمنشأة (أى أن الإيرادات الكلية > التكاليف الكلية)، ويكون هدف المنشأة فى هذه الحالة هو

تعظيم الربح أى الوصول إلى حجم الإنتاج الذى يحقق أقصى ربح ممكن للمنشأة. وإذا كان الفرق صفر، فإن ذلك يعنى تحقيق المنشأة للأرباح العادية فقط (أى أن الإيرادات الكلية = التكاليف الكلية)، ويكون هدف المنشأة فى هذه الحالة هو محاولة المحافظة على الاستقرار لحجم الإنتاج عند ذلك المستوى الذى يحقق الأرباح العادية. وإذا كان الفرق سالباً فإن ذلك يعنى أن المنشأة تحقق خسائر (أى أن الإيرادات الكلية < التكاليف الكلية)، ويكون هدف المنشأة فى هذه الحالة تدنية الخسائر، أى محاولة الوصول إلى حجم الإنتاج الذى يحقق أقل خسارة ممكنة بشرط ألا تتجاوز الخسائر التكلفة الثابتة للإنتاج، وإذا تجاوزت الخسائر التكلفة الثابتة للإنتاج يكون التوقف عن الإنتاج هو الوضع الأمثل فى هذه الحالة.

وفى جميع الحالات سيتحقق وضع التوازن للمنشأة مهما اختلف هدف الربحية الذى تنشده، عندما تكون الإضافة إلى الإيراد الكلى المتحققة عن أخر وحدة تنتجها المنشأة تساوى الإضافة إلى التكلفة الكلية المترتبة عن إنتاج تلك الوحدة الأخيرة. وقد أطلقنا على الإضافة إلى الإيراد الكلى المتحقق عن زيادة الإنتاج أو المبيعات بوحدة واحدة "الإيراد الحدى"، وأطلقنا على الإضافة إلى التكلفة الكلية المترتبة على زيادة الإنتاج بوحدة واحدة "التكلفة الحدية"، أى أن شرط التوازن للمنشأة فى جميع الأسواق سيكون:

أ ح = ت ح

ووفى ضوء ذلك يمكن تحليل توازن المنشأة فى الأجل القصير بحسب احتمالات الربح والخسارة التالية :

- توازن المنشأة مع تحقيق الأرباح الاقتصادية (غير العادية).
- توازن المنشأة مع تحقيق الأرباح العادية.
- توازن المنشأة مع تحقيق خسائر مقبولة.
- توازن المنشأة مع تحقيق الخسائر الحدية.
- توازن المنشأة مع ضرورة توقفها عن الإنتاج.

٣-١ :توازن المنشأة فى الأجل القصير: هدف أقصى ربح ممكن:

فى هذه الحالة تتمكن المنشأة من تحقيق أرباح عند بعض أحجام الإنتاج، ويكون القرار الرشيد للمنشأة هو إختيار حجم الإنتاج الذى يعظم الربح، أى حجم الإنتاج الذى يُمكن المنشأة من تحقيق أقصى ربح ممكن، وفى هذه الحالة تحقق المنشأة الأرباح غير العادية (الاقتصادية) وهى الإيرادات التى تفوق التكاليف الكلية، وفى نفس الوقت تحقق الأرباح العادية المحسوبة ضمن التكاليف الكلية كعائد لمورد التنظيم.

وتصل المنشأة إلى وضع التوازن كما أشرنا سابقاً عندما يتحقق شرط التوازن وهو : (أ ح = ت ح)، ولكن فى هذه الحالة سيكون الربح الكلى عند أقصى قيمة له، وكذلك سيكون متوسط الربح (ربح الوحدة) عند أقصى قيمة له، وسيكون الربح الحدى (الإضافة إلى الربح الكلى المترتب على آخر وحدة منتجة أو مباعة) مساوياً للصفر :

الربح الكلى = أ ك - ت ك

وفى هذه الحالة سيكون أ ك > ت ك عند التوازن

متوسط الربح (ربح الوحدة) = أ م - م ت ك

$= \frac{ر}{ك}$

وفى هذه الحالة سيكون أ م > م ت ك عند التوازن.

الربح الحدى = أ ح - ت ح

$= \frac{\Delta ر}{\Delta ك}$

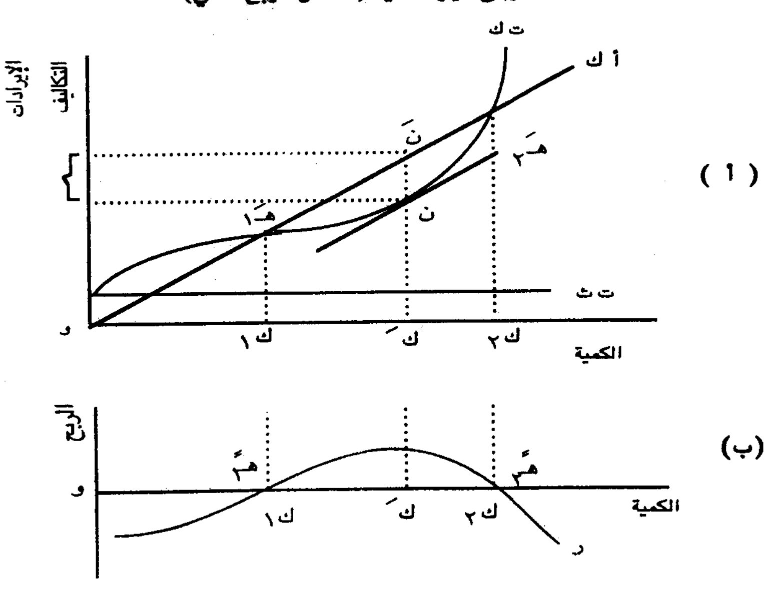
وسيكون عند التوازن مساوى للصفر دائماً مهما تغير هدف الربحية للمنشأة، ومهما تغير هيكل السوق. ويمكن توضيح وضع التوازن للمنشأة فى هذه الحالة من خلال مدخلين، هما :

- مدخل الربح الكلي.
- مدخل ربح الوحدة.

١) مدخل الربح الكلي:

ويمكن تحديد الوضع التوازنى للمنشـأة على أسـاس مدخل الربح الكلي بمقارنةالإيراد الكلى والتكلفة الكلية : كما يتضح من الشكل (٣-١٠) حيث يمثل الخط المستقيم (أ ك) الإيراد الكلى عند جميع أحجام الإنتاج، ويمثل المنحنى (ت ك) التكلفة الكلية عند جميع أحجام الإنتاج، ويمثل المنحنى (ت ث) التكلفة الثابتة، ويتحقق توازن المنشـأة عند النقطة (ن) على منحنى (ت ك) لأن هذه النقطة هى الوحيدة على منحنى (ت ك) التى يكون المماس لها موازى لمنحنى (أ ك) وبالتالى سيكون ميل منحنى (أ ك) مساوياً لميل منحنى (ت ك) عند هذه النقطة، أى أن (أ ح = ت ح)، ومن ثم سـيكون القـرار الرشيد للمنشأة هو إنتاج الكمية (و كَ)، وتحقق المنشأة بإنتاج هذه الكمية أقصى ربح ممكن ويعادل المسافة (ن نَ) فى المنطقة المحصورة بين منحنى (أ ك) ومنحنى (ت ك) بين نقطتى التعادل (هـ١ هـ٢).

شكل رقم (٣-١٠)
تحديد والسعر والناتج والربحية للمنشأة فى سوق المنافسة الكاملة
حالة الأرباح غير العادية (مدخل الربح الكلي)

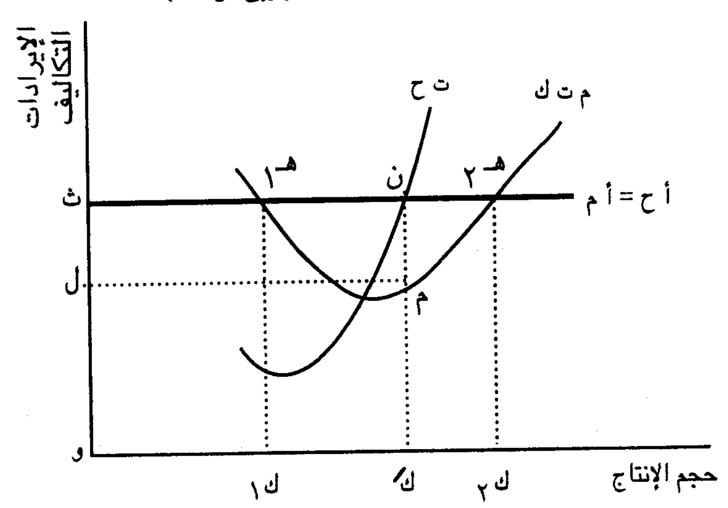


ويمكن تحـديد الوضع التوازني للمنشـأة باسـتـخـدام دالة (أو منحنى) الربح الكلى : كـمـا يتضـح من الجـزء (ب) من الشكل (٣-١٠) حـيث يمثل المنحنى (ر) منحنى الربح الكلى (أ ك - ت ك) وهو يمثل المسافة المحصورة بين منحنى الإيراد الكلى (أ ك) ومنحـــنى التكلفة الكلية (ت ك) فى الجـــزء (ب) من الشكل (٣-١٠)، ويتـحـقق أقـصى ربح ممكن للمنشـأة عند النقطة (ن) على المنحنى (ر) ومن ثم يكون القرار الرشيد للمنشأة هو إنتاج الكمية (و كَ)، وتحقق المنشأة بإنتاج هذه الكمية أقصى ربح ممكن يعادل المسافة (كَ نَ).

٢) مدخل ربح الوحدة:

كما علمنا فإن السعر التوازني يتحدد من تفاعل قوي العرض والطلب في سوق المنافسة الكاملة، فإذا كـان السعـر التوازني الذي تحـدد في هذه السوق هو ث فإن هذا السعر سيكون السعر الذي تبيع به جميع المنشآت العاملة في تلك السوق أو الصناعة.

شكل رقم (٤-١٠)
تحديد السعر والناتج والربحية للمنشأة فى سوق المنافسة الكاملة
حالة الأرباح غير العادية (مدخل ربح الوحدة)



يمكن تحديد الوضع التوازنى للمنشأة على أساس مدخل ربح الوحدة من خلال مقارنة الإيراد المتوسط والتكلفة المتوسطة كما يتضح من الشكل رقم (٤-١٠) سيكون السعر (ثَ) هو منحنى الطلب الذى يواجه المنشأة وسيكون فى نفس الوقت هو الإيراد المتوسط والإيراد الحدى كذلك (أ ح = أ م = ث).

وسيتحقق توازن المنشأة عندما أ ح = ت ح عند النقطة (ن)، أى أن قرار الإنتاج الرشيد للمنشأة سيكون إنتاج الكمية (و كَ)، ويمكنها بيع هذه الكمية بالسعر السائد فى السوق (و ث). وتحقق المنشأة بإنتاج الكمية (و كَ) أقصى ربح ممكن ويعادل المستطيل (ل م ن ث).

نقطة التوازن ونقطة التعادل :

فى التحليل السابق علمنا أن نقطة التوازن للمنشأة تتحقق عندما (أ ح = ت ح) وكان هذا الشرط متحققاً عند النقطة (ن) سواء فى الشكل (٣-١٠) أو الشكل (٤-١٠).

ولكن نقطة التعادل تتحقق عندما يتساوى الإيراد الكلى (أ ك) مع التكلفة الكلية (ت ك) ويتحقق ذلك عند النقطة (هـَ١، هـَ٣) فى الجزء (أ) من الشكل (٣-١٠)، أو عندما يكون الربح الكلى (ر) مساوياً للصفر، ويتحقق ذلك عند النقطة (هـً١، هـً٢) فى الجزء (ب) من الشكل (٣-١٠)، أو عندما يتساوى الإيراد المتوسط (أ م = ث) مع التكلفة المتوسطة الكلية (م ت ك)، ويتحقق ذلك عند النقطة (هـ١، هـ٣) فى الشكل (٤-١٠). ومن الملاحظ أن نقطة التعادل تختلف عن نقطة التوازن، حيث لايشترط أن يكون (أ ح) يساوى (ت ح) عند نقطة التعادل، فمن الجزء (أ) من الشكل (٣-١٠) نلاحظ أنه عند النقطة (هـ١ ، هـ٣) يتقاطع منحنى (أ ك) مع منحنى (ت ك) ومن ثم لايكون المماس لمنحنى التكلفة الكلية عند (هـَ١، هـَ٣) موازياً لمنحنى (أ ك)، وبالتالى لايكون ميلهما متساوى.

وتجدر الإشارة إلى أن المنشأة تحقق خسائر فى البدايات الأولى للإنتاج، حيث تكون خبرتها بالسوق ناقصة، ويتحقق ذلك للمنشأة عند جميع أحجام الإنتاج التى تقل عن حجم الإنتاج (و ك١)، حيث يكون منحنى (ت ك) أعلى من منحنى (أ ك) فى الجزء (أ) من الشكل (٣-١٠)، ويكون منحنى الربح الكلى (ر) أسفل المحور الأفقى فى الجزء (ب) من الشكل (٣-١٠)، وكذلك يكون منحنى (م ت ك) أعلى من منحنى (أ م) في الشكل (٤-١٠).

وتصل المنشأة إلى نقطة التعادل (هـ١) عند حجم الإنتاج (و ك١)، وعندما يزيد الإنتاج عن هذا الحجم تحقق المنشأة أرباح اقتصادية، حيث يكون منحنى (أ ك) أعلى من منحنى (ت ك) فى الجزء (أ) من الشكل (٣-١٠)، وسيكون منحنى الربح الكلى (ر) أعلى من المحور الأفقى فى الجزء (ب) من الشكل (٣-١٠)، وسيكون منحنى (أ م) أعلى من منحنى (م ت ك) فى الشكل (٤-١٠)، وتستمر المنشأة فى جنى هذه الأرباح الاقتصادية إلى أن تصل إلى نقطة تعادل جديدة عند النقطة (هـ٢) عندما تصل إلى حجم الإنتاج (و ك ٢).

ولكن إذا قررت هذه المنشأة زيادة حجم الإنتاج عن (و ك ٢) فإنها ستحقق خسائر مرة ثانية، حيث سيكون منحنى (ت ك) أعلى من منحنى (أ ك) فى الجزء (أ) من الشكل (٣-١٠)، وسيكون منحنى الربح الكلى (ر) أسفل المحور الأفقى فى الجزء (ب) من الشكل (٣-١٠)، وسيكون منحنى (م ت ك) أعلى من منحنى (أ م) فى الشكل (٤-١٠)،، وستكون هذه الخسائر التى بدأت فى الظهور بعد حجم الإنتاج (و ك٢) مؤشراً للمنشأة للبدء فى التفكير لاتخاذ قرار بالتوسع فى طاقات الإنتاج لزيادة حجم المشروع، وهذا لن يتحقق فى الأجل القصير ولكنه سيكون قرار تخطيطى يتعلق بالآجل الطويل.

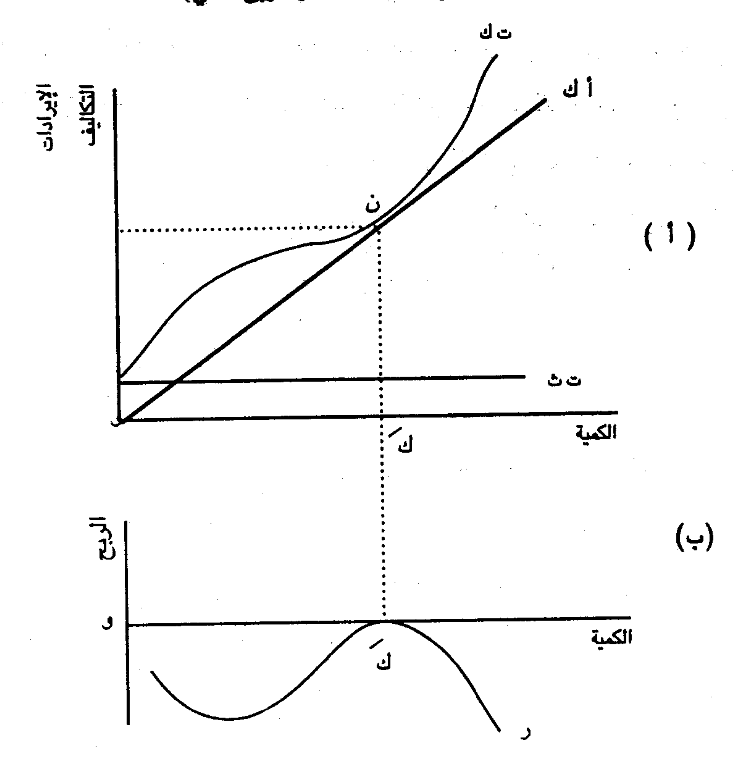
٢-٣: توازن المنشأة فى الأجل القصير: هدف التعادل وتحقيق الأرباح العادية:

فى هذه الحالة لاتتمكن المنشأة من تحقيق الأرباح غير العادية عند أى حجم من أحجام الإنتاج، وتحقق خسائر عند جميع أحجام الإنتاج ماعدا حجم إنتاج وحيد عنده يتعادل الإيراد الكلى مع التكلفة الكلية، ويكون الربح أو الخسارة مساوياً للصفر، ويكون القرار الرشيد للمنشأة هو الاستقرار عند هذا الحجم من الإنتاج الذى يحقق الربح العادى وهو الربح المحسوب ضمن تكاليف الإنتاج. ويمكن توضيح وضع التوازن للمنشأة فى هذه الحالة من دراسة وتحليل الشكل رقم (٥-١٠)، (٦-١٠).

١) مدخل الربح الكلي:

ويمكن تحديد الوضع التوازنى للمنشأة على أساس مدخل الربح االكلي وذلك بمقارنة الإيراد الكلى والتكلفة الكلية : كما يتضح من الجزء (أ) من الشكل (٥-١٠) حيث يمثل الخط المستقيم (أ ك) الإيراد الكلى عند جميع أحجام الإنتاج، ويمثل المنحنى (ت ك) التكلفة الكلية عند جميع أحجام، ويمثل المنحنى (ت ث) التكلفة الثابتة، ويتحقق توازن المنشأة عند النقطة (ن) على منحنى (ت ك) لأن هذه النقطةهى الوحيدة على منحنى (ت ك) التى يكون المماس لها فبطقاً على منحنى (أ ك) وبالتالى سيكون ميل منحنى (أ ك) مساوياً لميل منحنى (ت ك) عند هذه النقطة، أى أن (أ ح = ت ح)، ومن ثم سيكون القرار الرشد للمنشأة هو إنتاج الكمية (و كَ)، وتحقق المنشأة بإنتاج هذه الكمية الربح العادى فقط حيث يتعادل (أ ك) مع (ت ك)، وبالتالى يمثل حجم الإنتاج (و كَ) نقطة التوازن وفى نفس الوقت نقطة التعادل للمنشأة، وهذا الحجم من الإنتاج هو الوحيد الذى يجمع بين شرطى التوازن والتعادل فى المنشأة.

شكل رقم (٥-١٠)
تحديد السعر والناتج والربحية للمنشأة في سوق المنافسة الكاملة
حالة الأرباح العادية (مدخل الربح الكلي)

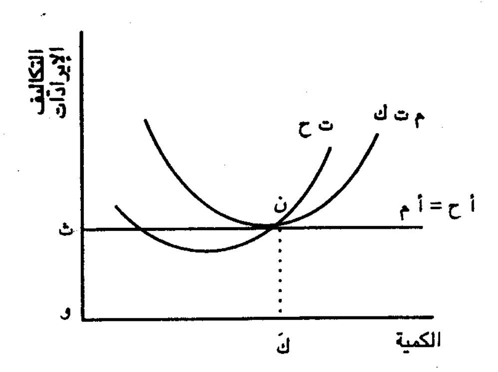


ويمكن تحديد الوضع التوازني للمنشأة باستخدام دالة أو منحنى الربح الكلى : كما يتضح من الجزء (ب) من الشكل (٥-١٠) حيث يمثل المنحنى (ر) منحنى الربح الكلى (أ ك - ت ك) وهو يمثل المسافة المحصورة بين منحنى الإيراد الكلى (أ ك) ومنحنى التكلفة الكلية (ت ك) فى الجزء (أ) من الشكل (٥-١٠)، ويتحقق الربح العادى للمنشأة عند النقطة (ن) على المنحنى (ر) ومن ثم يكون القرار الرشيد للمنشأة هو إنتاج الكمية (و كَ)، وتحقق المنشأة بإنتاج هذه الكمية الربح العادى حيث يكون الربح الاقتصادى مساوى للصفر.

٢) مدخل ربح الوحدة:

يتحدد السعر التوازنى للسوق عند تقاطع منحنى عرض السوق (ع ع) مع منحنى طلب السوق (ط ط)، وليكن السعر التوازنى (ثَ) وهذا السعر سيكون السعر الذى تتعامل به جميع المنشآت العاملة فى تلك السوق أو الصناعة.

شكل رقم (٦-١٠)
تحديد السعر والناتج والربحية للمنشأة في سوق المنافسة الكاملة
حالة الأرباح العادية (مدخل ربح الوحدة)



ويمكن تحديد الوضع التوازنى للمنشأة على أساس مدخل ربح الوحدة وذلك بمقارنةالإيراد المتوسط والتكلفة المتوسطة : كما يتضح من الشكل (٦-١٠) سيكون السعر (ثَ) هو منحنى الطلب الذى يواجه المنشأة وسيكون فى نفس الوقت هو الإيراد المتوسط والإيراد الحدى كذلك (أ ح = أ م = ث). وسيتحقق توازن المنشأة عندما أ ح = ت ح عند النقطة (ن)، أى أن قرار الإنتاج الرشيد للمنشأة سيكون إنتاج الكمية (و كَ)، ويمكنها بيع هذه الكمية بالسعر السائد فى السوق (و ث). وتحقق المنشأة بإنتاج الكمية (و كَ) الربح العادى فقط، وهو الربح المحسوب ضمن (م ت ك) حيث يتعادل السعر مع (م ت ك) عند حجم الإنتاج التوازنى (و كَ).

٣-٢: توازن المنشأة فى الأجل القصير: هدف أدنى خسارة ممكنة:

إذا انخفض سعر السلعة عن (م ن ك) عند جميع أحجام الإنتاج، تحقق المنشـأة فى هذه الحالة خسائر عند جميع أحجام الإنتاج، ويكون القرار الرشيد للمنشأة هو اختيار حجم الإنتاج الذى يحقق أدنى خسارة ممكنة بشرط أن تكون الخسائر أقل من أو تساوى التكلفة الثابتة فى المنشأة. أى أن المنشأة تتمكن من تغطية جميع تكاليفها المتغيرة على الأقل وأن أمكنها تغطية جزء من التكاليف الثابتة، يكون ذلك الوضع أفضل حالاً.

وفى هذه الحالة بالرغم من أن السعر أقل من (م ت ك) عند جميع أحجام الإنتاج ولكنه سيظل أعلى من (م ت غ) عند بعض أحجام الإنتاج، وبالتالى سيكون (أ ك) أقل من (ت ك) عند جميع أحجام الإنتاج، ولكن سيظل الإيراد الكلى أعلى من (ت غ) عند بعض أحجام الإنتاج.

وستستمر المنشأة فى الإنتاج كلما انخفض السعر حتى إذا وصل انخفاض السعر فى السوق إلى الحد الذى يتعادل السعر مع (م ت غ)، ولكن إذا انخفض السعر عن (م ت غ) فسيكون القرار الرشيد للمنشأة التوقف عن الإنتاج، كما سيتضح من التحليل التالى.

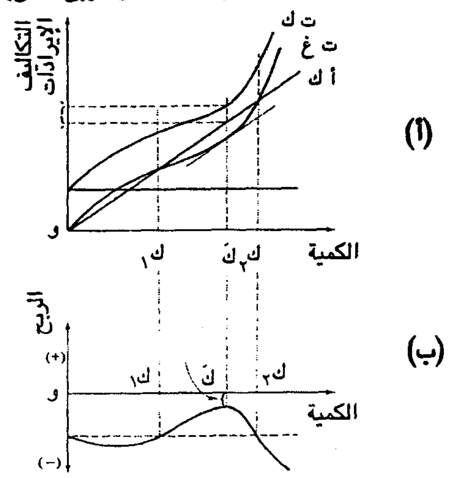
ويمكن توضيح وضع التوازن للمنشأة فى هذه الحالة من دراسة وتحليل الشكل رقم (٧-١٠)، (٨-١٠).

١) مدخل الربح الكلى :

يمكن تحديد الوضع التوازنى للمنشأة على أساس مدخل الربح الكلي بمقارنة الإيراد الكلى والتكلفة الكلية : كما يتضح من الجزء (أ) من الشكل (١٠-٧) حيث يمثل الخط المستقيم (أ ك) الإيراد الكلى عند جميع أحجام الإنتاج، ويمثل المنحنى (ت ك) التكلفة الكلية عند جميع أحجام، ويمثل المنحنى (ت ث) التكلفة الثابتة، ويتحقق توازن المنشأة عند النقطة (ن) على منحنى (ت ك) لأن هذه النقطة هى الوحيدة على منحنى (ت ك) التى يكون

المماس لها موازى لمنحنى (أ ك) وبالتالى سيكون ميل منحنى (أ ك) مساوياً لميل منحنى (ت ك) عند هذه النقطة، أى أن (أ ح = ت ح)، ومن ثم سيكون القرار الرشيد للمنشأة هو إنتاج الكمية (و كَ)، وتحقق

شكل رقم (٧-١٠)
تحديد السعر والناتج والربحية للمنشأة في سوق المنافسة الكاملة
حالة الخسائر المقبولة (مدخل الربح الكلى)



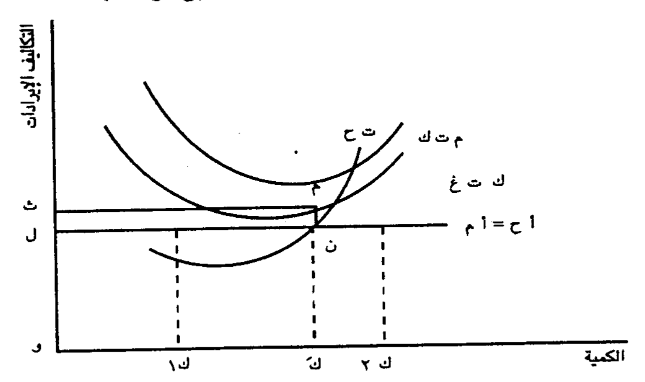
المنشأة بإنتاج هذه الكمية أدنى خسارة ممكنة تعادل المسافة (ن نَ) فى المنطقة المحصورة بين منحنى (أ ك) ومنحنى (ت ك) بين حدى التوقف عن الإنتاج (ق١ ق٢).

ويمكن تحديد الوضع التوازنى للمنشأة باستخدام دالة أو منحنى الربح الكلى : كما يتضح من الجزء (ب) من الشكل (٧-١٠) حيث يمثل المنحنى (ر) منحنى الربح الكلى (أ ك - ت ك) وهو يمثل المسافة المحصورة بين منحنى الإيراد الكلى (أ ك) ومنحنى التكلفة الكلية (ت ك) فى الجزء (أ) من الشكل (٧-١٠)، وتتحقق أدنى خسارة ممكنة للمنشأة عند النقطة (ن) على المنحنى (ر) ومن ثم يكون القرار الرشيد للمنشأة هو إنتاج الكمية (و كَ)، وتحقق المنشأة بإنتاج هذه الكمية أقصى ربح ممكن يعادل المسافة (كَ نَ).

٢) مدخل ربح الوحدة :

يتحدد السعر التوازنى للسوق عند تقاطع منحنى عرض السوق (ع ع) مع منحنى طلب السوق (ط ط)، وليكن السعر التوازنى (ثَ) وهذا السعر سيكون السعر الذى تتعامل به جميع المنشآت العاملة فى تلك السوق أو الصناعة.

شكل رقم (٨-١٠)
تحديد السعر والناتج والربحية للمنشأة في سوق المنافسة الكاملة
حالة تحقيق خسائر مقبولة (مدخل ربح الوحدة)

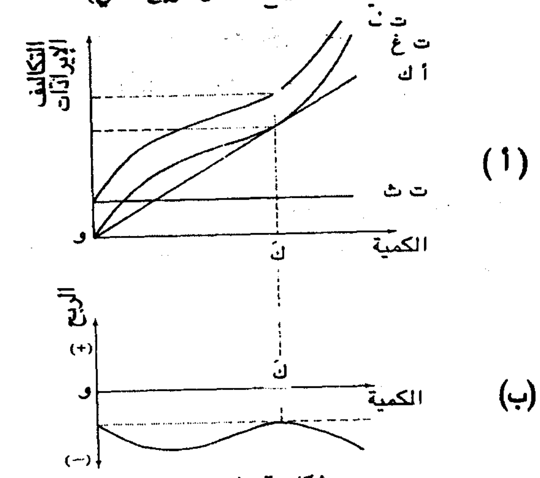


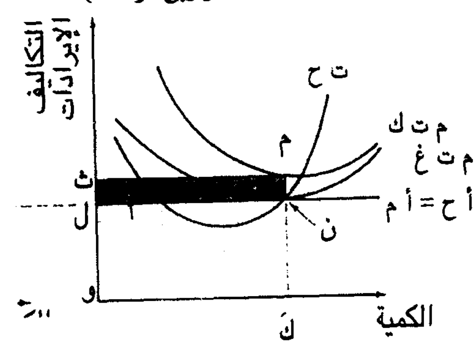
ويمكن تحديد الوضع التوازنى للمنشأة على أساس مدخل ربح الوحدة بمقارنة الإيراد المتوسط والتكلفة المتوسطة : كما يتضح من الجزء (ب) من الشكل (٨-١٠) سيكون السعر (ثَ) هو منحنى الطلب الذى يواجه المنشأة وسيكون فى نفس الوقت هو الإيراد المتوسط والإيراد الحدى كذلك (أ ح = أ م = ث). وسيتحقق توازن المنشأة عندما أ ح = ت ح عند النقطة (ن)، أى أن قرار الإنتاج الرشيد للمنشأة سيكون إنتاج الكمية (و كَ)، ويمكنها بيع هذه الكمية بالسعر السائـــد فى السوق (و ث). وتحقق المنشأة بإنتاج الكمية (و كَ) أدنى خسارة ممكنة وتعادل المستطيل (ل ن م ث).

ويلاحظ أنه بالرغم من أن المنشأة تحقق خسائر ولكنها تستمر فى الإنتاج، ولكن إذا كانت خسائر المنشأة مساوية للتكلفة الثابتة، أى أن

المنشأة تغطى التكاليف المتغيرة فقط ولن تتمكن من تغطية التكاليف الثابتة فسيكون هذا الحجم من الإنتاج. وذلك السعر السائد فى السوق هما الحد الفاصل بين التوقف والاستمرار فى الإنتاج، وذلك كما يوضحه الشكل رقم (٩-١٠)، (١٠-١٠).

شكل رقم (٩-١٠)
تحديد السعر والناتج والربحية للمنشأة في سوق المنافسة الكاملة
الحالة الحدية (مدخل الربح الكلي)





شكل رقم (١٠-١٠)
تحديد السعر والناتج والربحية للمنشأة في سوق المنافسة الكاملة
الحالة الحدية (مدخل ربح الوحدة)

٣-٤ : توازن المنشأة فى الأجل القصير: حالة التوقف عن الإنتاج:

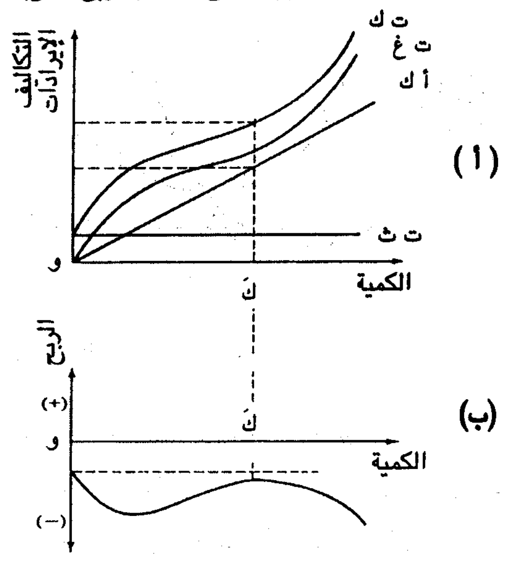
وفى هذه الحالة تحقق المنشأة خسائر عند جميع أحجام الإنتاج، وتكون أقل خسارة يمكن أن تصل إليها المنشأة – فى حال اتخاذ قرار بالاستمرار فى الإنتاج – أكبر من التكلفة الثابتة، لذلك سيكون القرار الرشيد للمنشأة التوقف عن الإنتاج وتحمل خسائر، تعادل التكلفة الثابتة. وذلك لأن استمرار المنشأة فى الإنتاج يعنى أن هذه المنشأة لن تتمكن من تغطية جميع التكاليف المتغيرة، وكذلك التكاليف الثابتة. ويمكن توضيح وضع التوازن للمنشأة فى هذه الحالة من دراسة وتحليل الشكل رقم (١١-١٠)، (١٢-١٠).

١) مدخل الربح الكلى:

يمكن تحديد الوضع التوازنى للمنشأة على أساس مدخل الربح الكلي بمقارنة الإيراد الكلى والتكلفة الكلية : كما يتضح من الجزء (أ) من الشكل (١١-١٠) حيث يمثل الخط المستقيم (أ ك) الإيراد الكلى عند جميع أحجام الإنتاج، ويمثل المنحنى (ت ك) التكلفة الكلية عند جميع أحجام، ويمثل المنحنى (ت ث) التكلفة الثابتة، ويتحقق توازن المنشأة عند النقطة (ن) على منحنى (ت ك) لأن هذه النقطة هى الوحيدة على منحنى (ت ك) التى يكون المماس لها موازى لمنحنى (أ ك) وبالتالى سيكون ميل منحنى (أ ك) مساوياً لميل منحنى (ت ك) عند هذه النقطة، أى أن (أ ح = ت ح)، ولكن يلاحظ أنه عند إنتاج الكمية (و كَ)، تحقق المنشأة خسائر تعادل المسافة (ن نً) وهى تفوق التكاليف الثابتة (ن نَ) ومن ثم يكون القرار الرشيد للمنشأة هو التوقف عن الإنتاج مؤقتاً.

ويمكن تحديد الوضع التوازنى للمنشأة باستخدام دالة أو منحنى الربح الكلى : كما يتضح من الجزء (ب) من الشكل (١١-١٠) حيث يمثل المنحنى (ر) منحنى الربح الكلى (أ ك- ت ك) وهو يمثل المسافة المحصورة بين منحنى الإيراد الكلى (أ ك)

شكل رقم (١١-١٠)
تحديد السعر والناتج والربحية للمنشأة في سوق المنافسة الكاملة
حالة توقف المنشأة عن الإنتاج (مدخل الربح الكلى)

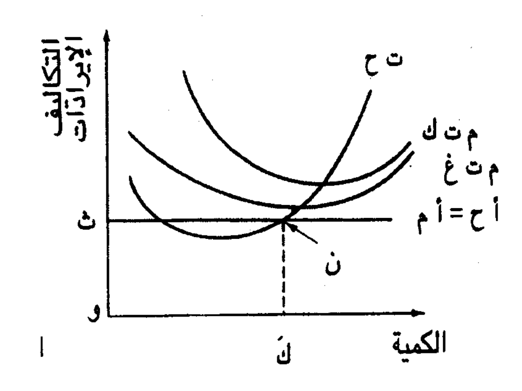


ومنحنى التكلفـــة الكليـة (ت ك) فى الجــزء (أ) من الشكل (١١–١٠)، وتتحقق أدنى خسارة ممكنة للمنشأة عند النقطة (ن) على المنحنى (ر) ولكن هذه الخسارة ستكون أكبر من التكاليف الثابتة، ويكون القرار الرشيد هو توقف المنشأة مؤقتاً عن الإنتاج.

٢) مدخل ربح الوحدة :

يتحدد السعر التوازنى للسوق عند تقاطع منحنى عرض السوق (ع ع) مع منحنى طلب السوق (ط ط)، ليكون السعر التوازنى (ثَ) وهذا السعر سيكون السعر الذى تتعامل به جميع المنشآت العاملة فى تلك السوق أو الصناعة.

شكل رقم (١٢-١٠)
تحديد السعر والناتج والربحية للمنشأة في سوق المنافسة الكاملة
حالة توقف المنشأة عن الإنتاج (مدخل ربح الوحدة)



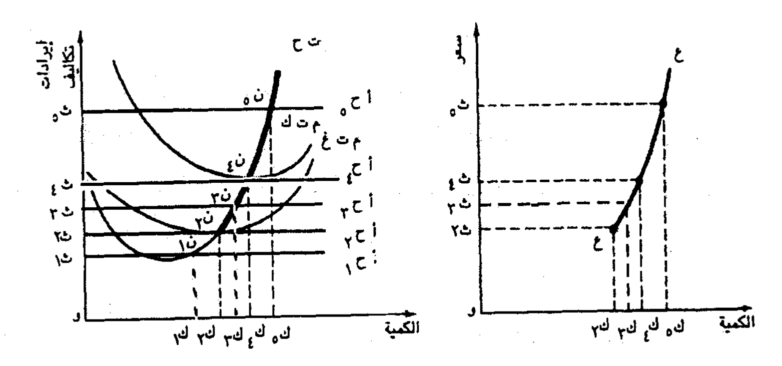
ويمكن تحديد الوضع التوازنى للمنشأة على أساس مدخل ربح الوحدة بمقارنة الإيراد المتوسط والتكلفة المتوسطة : كما يتضح من الشكل (١٢-١٠) سيكون السعر (ثَ) هو منحنى الطلب الذى يواجه المنشأة وسيكون فى نفس الوقت هو الإيراد المتوسط والإيراد الحدى كذلك (أ ح = أ م = ث). وسيتحقق توازن المنشأة عندما أ ح = ت ح عند النقطة (ن)، ولكن إذا اتخذت المنشأة قراراً بإنتاج الكمية (و كَ)، ويمكنها بيع هذه الكمية بالسعر السائد فى السوق (و ث). ولكن هذا السعر أقل من (م ت غ)، وهذا يعنى أن خسائر المنشأة تفوق التكاليف الثابتة، لذلك سيكون القرار الرشيد للمنشأة هو التوقف عن الإنتاج والخروج مؤقتاً من السوق.

٤: اشتقاق منحنى عرض المنشأة والصناعة فى الأجل القصير:

إن التحليل فى البنود السابقة يزودنا بمعلومات ومفاهيم كافية لاشتقاق منحنى عرض المنشأة فى الأجل القصير، ويمثل منحنى عرض المنشأة الجزء الصاعد من منحنى التكلفة الحدية يبدأ عندما تتعادل (ت ح) مع (م ت غ) ويكون ذلك عند أدنى نقطة على منحنى (م ت غ). أى أن منحنى (ت ح) للمنشأة فى الأجل القصير يوضح جميع الكميات التى ترغب وتقدر المنشأة

على إنتاجها فى ظل الأسعار المختلفة المحتملة فى السوق. فعند أى سعر ستقوم المنشأة بإنتاج الكمية التى يتعادل عندها هذا السعر مع التكلفة الحدية، بهدف تحقيق أقصى ربح ممكن أو أدنى خسارة ممكنة، كما أتضح لنا من التحليل السابق، وستكون الكمية المنتجة (المعروضة) صفر، عندما يكون السعر أقل من أدنى (م ت غ) للمنشأة وبالتالى سيكون أول سعر يغرى المنشأة على البدء فى الإنتاج هو السعر الذى يساوى أدنى (م ت غ).

شكل رقم (١٣-١٠)
اشتقاق منحنى عرض المنشأة فى الأجل القصير فى سوق المنافسة الكاملة



ويمكن توضيح ذلك من دراسة وتحليل الشكل (١٣-١٠)، فإذا افترضنا أن السعر السائد فى السوق هو السعر (ث١) بتحقيق شرط توازن المنشأة (أ ح١ = ت ح) عند النقطة (ن١) وتكون الكمية المنتجة (و ك١)، ولكن عند هذا الحجم نلاحظ أن السعر أقل من (م ت غ) أى هذا الحكم من الإنتاج سيحقق خسائر للمنشأة أكبر من التكلفة الثابتة، لذلك ستقرر المنشأة التوقف عن الإنتاج عند هذا السعر، أى أنه عند (ث١) ستكون الكمية المعروضة صفر وليست (و ك١). وعندما يرتفع السعر ليصل إلى (ث٢) يتحقق شرط توازن المنشأة (أ ح٢ = ت ح) عند النقطة (ن٢)، وتكون الكمية المنتجة (و ك٢)، وعند هذا الحجم يتعادل السعر مع (م ت غ) أى المنشأة تحقق خسارة ولكنها تعادل التكاليف الثابتة وهنا قد يتساوى قرار المنشأة بالبدء

فى الإنتاج أو التوقف، ولكنها غالباً ستقرر البدء فى الإنتاج لتجد لها مكاناً فى السوق، أى أنه عند السعر ($ث_{٣}$) ستكون الكمية المعروضة (و$ك_{٣}$). وإذا ارتفع السعر إلى ($ث_{٣}$) يتحقق شرط توازن المنشأة (أ $ح_{٣}$ = ت ح) عند النقطة ($ن_{٣}$) وتكون الكمية المنتجة (و $ك_{٣}$)، وعند هذا الحجم يكون السعر أقل من (م ت ك)، ولكنه أكبر من (م ت غ)، أى أن هذا السعر يُمَكِن المنشأة من تغطية التكاليف المتغيرة لهذا الحجم من الإنتاج، ويمكنها أيضاً من تغطية جزء من التكاليف الثابتة، ومن ثم سيكون قرار المنشأة هو إنتاج الكمية (و $ك_{٣}$) عند السعر ($ث_{٣}$)، وعندما يرتفع السعر إلى ($ث_{٤}$) يتحقق شرط توازن المنشأة (أ $ح_{٤}$ = ت ح)، عند النقطة ($ن_{٤}$) وتكون الكمية المنتجة (و $ك_{٤}$)، وعند هذا الحجم يكون السعر مساوياً (م ت ك)، أى أن هذا السعر يمكن المنشأة من تغطية جميع تكاليفها المتغيرة لهذا الحجم، وكذلك يمكنها من تغطية جميع تكاليفها الثابتة، ومن ثم سيكون قرار المنشأة إنتاج الكمية (و $ك_{٤}$) عند السعر ($ث_{٤}$). وعندما يرتفع السعر ليصل ($ث_{٥}$) يتحقق شرط توازن المنشأة عند النقطة ($ن_{٥}$) وتكون الكمية المنتجة (و $ك_{٥}$)، وعند هذا الحجم يكون السعر أكبر من (م ت ك)، أى أن هذا السعر يمكن المنشأة من تحقيق إيرادات تغطى تكاليفها الإجمالية وتحقق فائض فوق ذلك يمثل الربح الاقتصادى، ومن ثم سيكون قرار المنشأة إنتاج الكمية (و $ك_{٥}$) عند السعر ($ث_{٥}$).

ويمكن الخروج نتيجة أنه كلما ارتفع السعر تزداد الكمية المعروضة، وكلما انخفض السعر تنخفض الكمية المعروضة إلى الحد الذى ينخفض معه السعر ليتعادل مع أدنى (م ت غ)، وإذا انخفض السعر ليصبح أقل من (م ت غ) تكون الكمية المعروضة (صفر). ومن ثم فإن الجزء الصاعد من منحنى (ت ح) مبتدءاً من أدنى (م ت غ) يمثل العلاقة الموجبة بين السعر والكمية المعروضة التى يطلق عليها منحنى العرض.

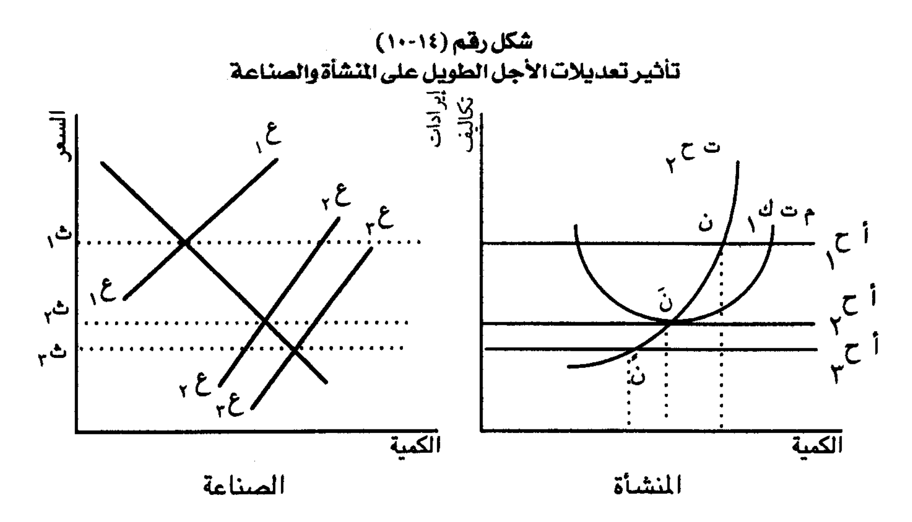
٥: توازن المنشأة والصناعة فى إطار تعديلات الأجل الطويل:

يتيح الأجل الطويل درجة أكبر من المرونة لتعدل المنشآت من طاقات الإنتاج الخاصة بها، ومن ثم تغيير معدل إنتاجها، بالإضافة إلى تغير عدد

المنشآت العاملة فى الصناعة عن طريق دخول منشآت جديدة مجال الإنتاج فى الصناعة وخروج منشآت قائمة من الصناعة، حيث تتيح ظروف سوق المنافسة الكاملة حرية الدخول فى والخروج من الصناعة، وبالتالى تكون مرونة منحنى العرض فى الأجل الطويل أكبر منها فى الآجل القصير.

ففى الشكل (١٤-١٠) عندما كان منحنى عرض الصناعة (ع١ ع١) يتحدد السعر السائد فى السوق عدد السعر (ث١)، وعند هذا السعر تحقق المنشأة أرباح اقتصادية، مما يعزى منشآت جديدة للدخول إلى السوق ويترتب على ذلك زيادة العرض فينتقل منحنى الصناعة إلى اليمين ليصبح (ع٢ ع٢) ويصبح السعر السائد فى السوق (ث٢)، وعندئذ تتلاشى الأرباح الاقتصادية وتحقق المنشأة الأرباح العادية فقط، ولكن طالما أن قرارات الاستثمار تسبق الإنتاج، فإنه بالرغم من أن الأرباح الاقتصادية قد تلاشت، ولكن العرض يستمر فى الزيادة لأن بعض المنشآت التى بدأت تستثمر فى أصول رأسمالية فى الفترة السابقة سيتنزل إنتاجها إلى السوق فى الفترة الحالية، وبالتالى سيزداد العرض ليصبح (ع٣ ع٣) وينخفض السعر السائد فى السوق مرة ثانية لتصبح (ث٣)، ولكن عند هذا السعر

شكل رقم (١٤-١٠)
تأثير تعديلات الأجل الطويل على المنشأة والصناعة

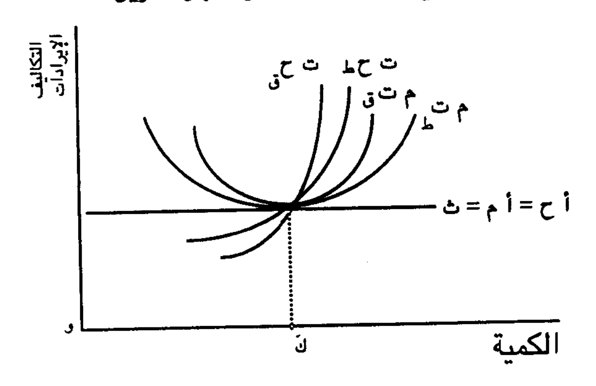


ستحقق المنشآت خسائر مما يدفع بعضها للخروج من السوق، ومن ثم ينخفض العرض ليعود ويستقر عند (ع ٢ ع ٢) وتستقر المنشأة عند وضع تحقيق الأرباح العادية فقط، وبالتالى تعمل المنشآت فى الأجل الطويل عند الحجم الأمثل للإنتاج وفى نفس الوقت عند الحجم الأمثل للمشروع.

ويوضح الشكل (١٥-١٠) الوضع التوازنى للمنشأة فى الأجل الطويل، ويكون من شروط التوازن للمنشأة فى الأجل الطويل فى سوق المنافسة الكاملة هو :

(ث = أ ح = ت ح $_{ق}$ = ت ح $_{ط}$ = م ت ك $_{ق}$ = م ت ك $_{ط}$)

شكل رقم (١٥-١٠)
الوضع التوازنى للمنشأة فى الأجل الطويل



الفصل الحادي عشر
قرارات تحديد السعر والناتج والربحية للمنشأة في سوق الاحتكار التام

عندما يكون المشروع بمثابة المُنتج الوحيد لمُنتَّج معين (سلعة أو خدمة) في سوق معينة ، فإننا نكون أمام نموذج "سوق احتكار تام". ولايوجد هذا النموذج إلا عندما لا يكون هناك بدائل قريبة لمُنتَّج البائع الوحيد، ولا يقتصر الأمر علي عدم وجود مشروعات منافسة تنتج نفس المُنتَّج ، ولكن يكون من الضروري عدم وجود مشروعات تُنتج منتجات لا تختلف كثيراً عن ذلك المُنتَّج، إذ يجب أن يكون مُنتَّج "المحتكر التام" مختلفاً جذرياً وبصورة واضحة عن منتجات الآخرين. وهكذا لا يواجه "المشروع الاحتكاري" أية منافسة مباشرة من مشروعات أخري، ومن ثم فهو يتمتع بقوة سوقية مطلقة.

وتعتبر أمثلة الاحتكار التام في الواقع العملي قليلة ومتناثرة ، ولكن المشروعات العاملة في مجال تقديم الكهرباء، والغاز الطبيعي، والاتصال الهاتفي، وخدمة التليفزيون السلكي. وبعض خدمات النقل[1] تقترب من وضع الاحتكار التام. وفي السنوات الماضية انتشرت الأوضاع القريبة من الاحتكار التام في إنتاج الألمونيوم، النيكل، المنجنيز، ماكينات صناعة الأحذية ، وسيارات السفر.

١ :طبيعة سوق الاحتكار الكامل:

بتحليل المحددات الأربعة لدرجة تنافسية السوق التى تخضع لقواعد الاحتكار الكامل، نلاحظ أن سوق الاحتكار الكامل تتميز بالآتى :

(١) ينطبق ذلك علي خدمات النقل بالسكك الحديدية ، وكذلك خدمات النقل بالطيران الداخلي في معظم الدول ، حيث تتولاها عادة شركة أو هيئة وحيدة.

١) مُنتِّج أو بائع وحيد[١] :

أى توجد منشأة واحدة تعمل بمفردها فى الصناعة، وبالتالى فإن سوق الاحتكار الكامل يمثل صناعة ذات منشأة واحدة، أى أن المنشأة تكون مرادف للصناعة. وتعتبر صناعة خدمات الاتصالات التليفونية المحلية مثالاً للاحتكار، فالحصول على خدمة التليفون المنزلى لايتم إلا من خلال شركة وحيدة هى الشركة المصرية للاتصالات[٢]. وبالتالى فإن هذه الشركة تمثل العارض الوحيد لخدمات الاتصالات التليفونية المنزلية، وتقرر السعر الذى تراه ملائماً من وجهة نظرها – فى إطار القوانين والتنظيمات الحكومية – وعلى المستهلكين أن يقبلوا السعر ويكيفوا أنفسهم وفقاً لذلك. وينطبق هذا النموذج كذلك علي خدمات نقل الركاب والبضائع بالسكك الحديدية، حيث ينتج تلك الخدمة منتج وحيد في جمهورية مصر العربية، وهو هيئة سكك حديد مصر، وأيضاً فإن إنتاج وتوزيع الطاقة الكهربائية يتم في إطار هذا النموذج من التنظيم السوقي، حيث تقوم شركة واحدة بتوزيع الكهرباء في منطقة جغرافية معينة قد تكون محافظة واحدة وقد تشمل عدة محافظات.

٢) تجانس المُنتَّج مع عدم وجود بديل كامل له :

طالما أن المنشأة المحتكرة هى التى تمد السوق بكل المعروض من هذا المُنتَّج فإنها لاتكون بحاجة للتمييز فى الطبيعة الفنية لمُنتَّجها، ومن ثم فهى تنتج مُنتَّج متجانس. كما أن المُنتَّج الذى ينتجه المحتكر مُنتَّج فريد، أى

(١) يمكن أن يكون الاحتكار في جانب الشراء عندما تقتصر سوق مُنتَّج معين علي مشتري واحد فقط مع وجود عدد كبير جداً من البائعين، ويطلق علي هذه السوق سوق احتكار شراء Monopsony ، وانطبقت هذه الحالة علي السوق المحلي للقطن الخام في مصر لفترة طويلة عندما كانت الحكومة المشتري الوحيد من آلاف المنتجين الزراعيين، وقد يصل الأمر لحالة سوق يكون بها بائع واحد في مواجهة مشتري واحد ويطلق عليها سوق احتكار تبادلى Bilateral Monopoly ويكون لكل من المشتري والبائع بعض القدرة علي التحكم في السعر.

(٢) بينما خدمات التليفون المحمول حالياً تخضع لاحتكار ثنائي بين شركتين "موبينيل" و "كليك" وهو نموذج لاحتكار القلة والتي تتسع لمنتجين جدد، ولكن تستمر هذه السوق تنظيمياً في إطار احتكار قلة.

لايوجد بديل كامل له فى السوق، أو حتي بديل قريب، ومن ثم لايكون أمام المستهلك خيار إلا أن يشترى هذا المُنتَّج أو يقرر الاستغناء عنه مؤقتاً، ولكنه سيعود إليه ثانياً طالما استمر هذا الوضع الاحتكارى.

٣) إنعدام حرية انتقال عناصر الإنتاج :

فى سوق الاحتكار الكامل لاتوجد حرية لدخول منشآت جديدة للصناعة، وهناك موانع عديدة تحول أو تحد من دخول مُنتِّجين جدد للصناعة منها ضخامة الاستثمارات، والقيود الحكومية، ووفورات الحجم، وملكية المواد الخام، وبراءات الاختراع والبحوث، ووفورات الشهرة المتولدة عن أسبقية التواجد والسيطرة على السوق،.... وغيرها. وسوف نتناول هذه العوامل بالتحليل لاحقاً.

٤) المعرفة التامة بظروف السوق :

ستكون لدي المنتج الوحيد المحتكر للسوق المعلومات الكاملة حول جميع العوامل التى تؤثر فى تلك الصناعة من المعرفة الفنية والتكنولوجية إلى مصادر توريد المدخلات، وطبيعة المستهلكين... وغيرها. وسيعمل هذا المُنتَّج المحتكر باستمرار على حجب تلك المعلومات عن الآخرين، وهذا بدوره يعد أحد العوامل المانعة لدخول مُنتِّجين جدد إلى الصناعة.

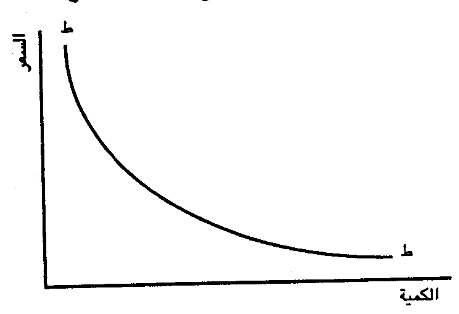
ويترتب على تلك الخصائص الأربعة مجتمعة أن يمارس المحتكر تأثير وسيطرة كبيرة على السعر، وذلك لأنه العارض الوحيد فى السوق، وبذلك يستطيع تغيير السعر مباشرة أو تغيير السعر بأسلوب غير مباشر عن طريق تغيير الكمية المعروضة طالما كان تغيير السعر فى مصلحته.

ومن ثم سيكون ميل منحنى الطلب على مُنتَّج المنشأة المحتكرة سالب الميل خلافاً لمنحنى الطلب على مُنتَّج المنشأة فى المنافسة الكاملة الذى يكون خطا أفقيا (لانهائى المرونة). وسيكون منحنى الطلب على مُنتَّج المنشأة المحتكرة على النحو الموضح بالشكل (١-١١)، وسنعتمد على هذا المنحنى

ذو الميل السالب لتحليل إيرادات المنشأة فى الأسواق الاحتكارية، ولكن سنفترض أن هذه العلاقة خطية، وسيتم رسم منحنى الطلب في صورة خط مستقيم سالب الميل، كما هو موضح فى الشكل رقم (٢-١١/ب)

شكل رقم (١-١١)

منحنى الطلب على منتج المنشأة المحتكرة



٢ : إيرادات المنشأة فى سوق الاحتكار الكامل :

لن تختلف طريقة حساب الإيرادات للمنشأة المحتكرة عن تلك التى اتبعت فى حساب الإيرادات للمنشأة فى سوق المنافسة الكاملة، فيحسب الإيراد الكلى (أ ك) للمنشأة بضرب حجم الإنتاج (ك) فى السعر (ث)، ويحسب الإيراد المتوسط (أ م) للمنشأة بقسمة الإيراد الكلى (أ ك) على حجم الإنتاج (ك) ودائماً يكون الإيراد المتوسط هو السعر، ويحسب الإيراد الحدى بقسمة التغير فى الإيراد الكلى (Δ أ ك) على التغير فى حجم الإنتاج (Δ ك) لنحصل على التغير فى الإيراد الكلى المقابل للتغير فى الإنتاج بوحدة واحدة فقط.

$$\text{أ ك} = \text{ث} \times \text{ك}$$

$$\text{أ م} = \frac{\text{أ ك}}{\text{ك}} = \frac{\text{ث ك}}{\text{ك}} = \text{ث}$$

$$\text{أ ح} = \frac{\Delta \text{ أ ك}}{\Delta \text{ ك}} = \frac{\text{ث}_2 \text{ك}_2 - \text{ث}_1 \text{ك}_1}{\text{ك}_2 - \text{ك}_1} - \text{ث}$$

وحيث إن هناك علاقة بين الإيراد الحدى ومرونة الطلب على النحو التالى:

$$ح = ث - \frac{ث}{|م|}$$

حيث : $\infty > م > صفر$

ولما كانت مرونة الطلب على مُنتَّج المنشأة المحتكرة دائماً أقل من مالانهاية، فإن الإيراد الحدى سيكون دائماً أقل من الإيراد المتوسط (السعر) بما يعادل السعر مقسوماً على مرونة الطلب ($\frac{ث}{م}$).

وبافتراض أن المُنتِج المحتكر سيُقدِم على تغيير أسعار البيع على النحو الموضح بالجدول التالى وتتغير الكميات المباعة وفقاً لذلك كما هو موضح قبالة كل سعر، فيمكن حساب الإيراد الكلى والإيراد المتوسط والإيراد الحدى من خلال الجدول رقم (١-١١).

جدول (١-١١)
إيرادات المنشأة فى الأسواق الاحتكارية

الكميات المباعة (حجم الإنتاج)	سعر البيع ث = جنيه	أ ك ألف جنيه	أ م = ث جنيه	أ ح < ث جنيه
١٠	١٦	١٦٠	١٦	١٦
٢٠	١٥	٣٠٠	١٥	١٤
٣٠	١٤	٤٢٠	١٤	١٨
٤٠	١٣	٥٢٠	١٣	١٠
٥٠	١٢	٦٠٠	١٢	٨
٦٠	١١	٦٦٠	١١	٦
٧٠	١٠	٧٠٠	١٠	٤
٨٠	٩	٧٢٠	٩	٢
٩٠	٨	٧٢٠	٨	صفر
١٠٠	٧	٧٠٠	٧	-٢

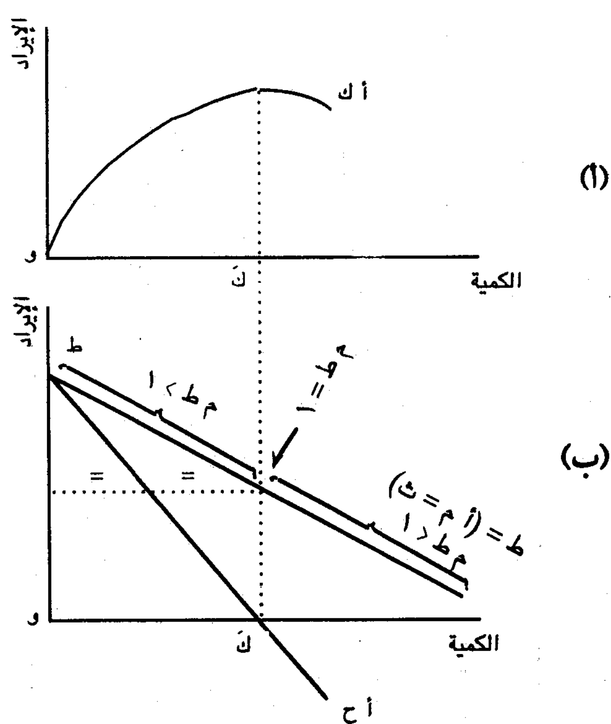
ويمكن تمثيل منحنيات الإيرادات الخاصة بالمنشأة التى تعمل فى سوق

الاحتكار بيانياً على النحو الموضع بالشكل (٢-١١) :

ويوضح الشكل (٢-١١) منحنيات الإيراد الكلي والمتوسط والحدى للمنشأة التى تعمل فى الأسواق الاحتكارية سواء كانت هذه السوق احتكار كامل أو منافسة احتكارية أو احتكار قلة.

ففى الجزء الأعلى من الشكل يلاحظ أن الإيراد الكلى يبدأ من الصفر ولكنه يتزايد بمعدلات بطيئة أو متناقصة مع زيادة الكميات المُنتّجة إلى أن يصل أقصى قيمة له عند حجم الإنتاج (و كَ)، وإذا زاد الإنتاج عن ذلك تبدأ الناتج الكلى فى التناقص، وهنا يأخذ منحنى الإيراد الكلى شكل المنحنى (علاقة غير خطية) وليس خطاً مسقيماً كما فى سوق المنافسة الكاملة.

شكل رقم (٢-١١)
إيرادات المنشأة فى الأسواق الاحتكارية



وفى الجزء الأسفل من الشكل يكون منحنى (أ م) خطاً مستقيماً ينحدر لأسفل مع زيادة الكمية المنتجة، حيث يمثل (أ م) السعر وإن السعر فى الأسواق الاحتكارية يتناقص مع زيادة الكمية المُنتّجة، ويمثل منحنى (أ م) منحنى الطلب على منتجات المنشأة، ويكون منحنى (أ ح) خطاً مستقيماً ولكنه ينصف المسافة المحصورة أسفل منحنى الطلب (أ م)، أى أن الإيراد الحدى يكون دائماً أقل من (أ م). ويلاحظ أن الإيراد الحدى يكون موجب عندما تكون (م ط > ١) (النصف العلوى من منحنى الطلب)، ويكون الإيراد الحدى مساوياً للصفر عندما يكون (أ ك) عند أقصى قيمة له عند حجم الإنتاج (و كَ) وذلك عندما تكون (م ط = ١) (نقطة منتصف منحنى الطلب)، ويكون الإيراد الحدى سالب عندما يتناقص الإيراد الكلى عند أحجام الإنتاج التى تزيد (و كَ) ، عندما تكون (م ط < ١) (النصف الأسفل من منحنى الطلب).

٣: توازن المنشأة فى الأجل القصير:

كما اتضح من تحليلنا السابق لتوازن المنشأة فى سوق المنافسة الكاملة، فإن الهدف الأساسى للمنشأة هو تحقيق أقصى ربح ممكن أو تحقيق أدنى خسارة ممكنة فى حالة تحقيق خسائر بشرط عدم تجاوز الخسارة التكاليف الثابتة. ويتحقق هذا الهدف للمنشأة عندما تكون الإضافة إلى الإيراد الكلى المتحققة عن أخر وحدة تنتجها المنشأة تساوى الإضافة إلى التكلفة الكلية المترتبة عن إنتاج تلك الوحدة الأخيرة. وقد أطلقنا على الإضافة إلى الإيراد الكلى المتحقق عن زيادة الإنتاج أو المبيعات بوحدة واحدة الإيراد الحدى، وأطلقنا على الإضافة إلى التكلفة الكلية المترتبة على زيادة الإنتاج بوحدة واحدة التكلفة الحدية. أى أن شرط التوازن للمنشأة فى سوق الاحتكار الكامل سيكون :

أ ح = ت ح

وهو نفسه شرط التوازن للمنشأة فى جميع هياكل السوق المختلفة.

وكما عرفنا من الفصل الأول أن طبيعة تكاليف الإنتاج لاتختلف باختلاف هيكل السوق، ولكن منحنيات الإيراد التى تواجه المنشأة التى تعمل

فى سوق الاحتكار تختلف عن تلك التى تواجه المنشآت فى سوق المنافسة الكاملة، وفى ضوء ذلك يمكننا تحليل توازن المنشأة فى الأجل القصير فى ضوء الاحتمالات التالية :

- توازن المنشأة مع تحقيق الأرباح الاقتصادية (غير العادية).
- توازن المنشأة مع تحقيق الأرباح العادية.
- توازن المنشأة مع تحقيق خسائر مقبولة.
- توازن المنشأة مع تحقيق الخسائر الحدية.
- توازن المنشأة مع ضرورة توقفها عن الإنتاج.

٣-١ : توازن المنشأة فى الأجل القصير : هدف أقصى ربح ممكن:

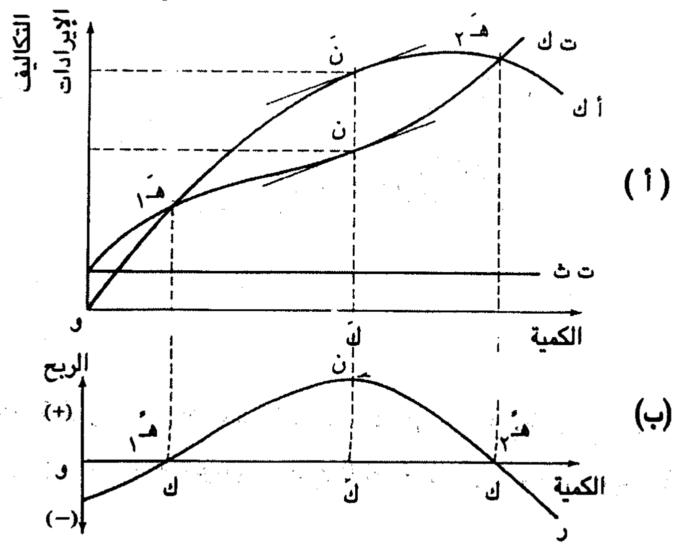
فى هذه الحالة تتمكن المنشأة من تحقيق أرباح عند بعض أحجام الإنتاج، ويكون القرار الرشيد للمنشأة هو إختيار حجم الإنتاج الذى يعظم الربح، أى حجم الإنتاج الذى يمكن المنشأة من تحقيق أقصى ربح ممكن، وفى هذه الحالة تحقق المنشأة الأرباح غير العادية (الاقتصادية) وهى الإيرادات التى تفوق التكاليف الكلية، وفى نفس الوقت تحقق الأرباح العادية المحسوبة ضمن التكاليف الكلية كعائد لمورد التنظيم.

وتصل المنشأة إلى وضع التوازن كما أشرنا سابقاً عندما يتحقق شرط التوازن وهو : (أ ح = ت ح)، ولكن فى هذه الحالة سيكون الربح الكلى (أ ك - ت ك) عند أقصى قيمة له، وكذلك سيكون متوسط الربح أو ربح الوحدة (أ م - م ت ك) عند أقصى قيمة له، وسيكون الربح الحدى (أ ح - ت ح) (الإضافة إلى الربح الكلى المترتب على آخر وحدة منتجة أو مباعة) مساوياً للصفر مهما تغير هدف الربحية للمنشأة، ومهما تغير هيكل السوق. ويمكن توضيح وضع التوازن للمنشأة فى هذه الحالة من دراسة وتحليل الشكل رقم (٣-١١)، (٤-١١).

١) مدخل الربح الكلي:

ويمكن تحديد الوضع التوازنى للمنشأة على أساس مدخل الربح الكلي بمقارنة الإيراد الكلى والتكلفة الكلية : كما يتضح من الجزء (أ) من الشكل (٣-١١) حيث يمثل المنحنى (أ ك) الإيراد الكلى عند جميع أحجام الإنتاج، ويمثل المنحنى (ت ك) التكلفة الكلية عند جميع أحجام، ويمثل المنحنى (ت ث) التكلفة الثابتة، ويتحقق توازن المنشأة عند النقطة (ن) على منحنى (ت ك) لأن هذه النقطة هى الوحيدة على منحنى (ت ك) التى يكون المماس لها موازى لماس منحنى (أ ك) عند النقطة (نَ) وبالتالى سيكون ميل منحنى (أ ك) مساوياً لميل منحنى (ت ك) عند هذه النقطة، أى أن (أ ح = ت ح)، ومن ثم سيكون القرار الرشيد للمنشأة هو إنتاج الكمية (و كَ)، وتحقق المنشأة بإنتاج هذه الكمية أقصى ربح ممكن ويعادل المسافة (ن نَ) فى المنطقة المحصورة بين منحنى (أ ك) ومنحنى (ت ك) بين نقطتى التعادل (هـ١ هـ٢).

شكل رقم (٣-١١)
تحديد السعر والناتج والربحية للمنشأة في سوق الاحتكار التام
حالة الأرباح غير العادية (مدخل الربح الكلى)

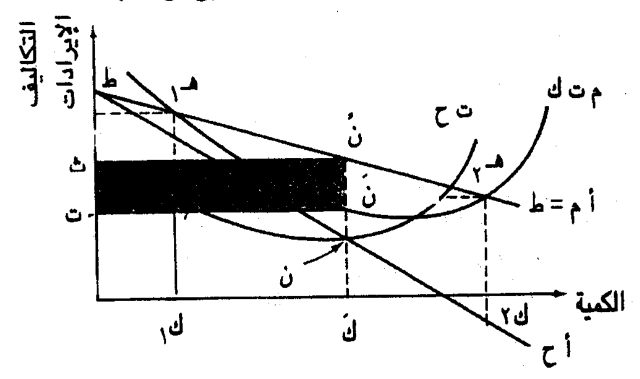


ويمكن تحديد الوضع التوازنى للمنشأة باستخدام دالة أو منحنى الربح الكلى : كما يتضح من الجزء (ب) من الشكل (٣-١١) حيث يمثل المنحنى (ر) منحنى الربح الكلى (أ ك - ت ك) وهو يمثل المسافة المحصورة بين منحنى الإيراد الكلى (أ ك) ومنحنى التكلفة الكلية (ت ك) فى الجزء (أ) من الشكل (٣-١١)، ويتحقق أقصى ربح ممكن للمنشأة عند النقطة (ن) على المنحنى (ر) ومن ثم يكون القرار الرشيد للمنشأة هو إنتاج الكمية (و ك)، وتحقق المنشأة بإنتاج هذه الكمية أقصى ربح ممكن يعادل المسافة (كَ نَ).

٢) مدخل ربح الوحدة :

ويمكن تحديد الوضع التوازنى للمنشأة على أساس مدخل ربح الوحدة بمقارنة الإيراد المتوسط والتكلفة المتوسطة : كما يتضح من الشكل (٤-١١) حيث يمثل المنحنى (ط ط) منحنى الطلب الذى يواجه المنشأة وهو فى نفس الوقت الإيراد المتوسط، ويكون المنحنى (أ ح) الإيراد الحدى للمنشأة.

شكل رقم (٤-١١)
تحديد السعر والناتج والربحية للمنشأة في سوق الاحتكار التام
حالة الأرباح غير العادية (مدخل ربح الوحدة)



وسيتحقق توازن المنشأة عندما أ ح = ت ح عند النقطة (ن)، أى أن قرار الإنتاج الرشيد للمنشأة سيكون إنتاج الكمية (و كَ)، ويمكنها بيع هذه

الكمية بالسعر (و ث). وتحقق المنشأة بإنتاج الكمية (و كَ) أقصى ربح ممكن ويعادل المستطيل (ت نَ نً ث).

نقطة التوازن ونقطة التعادل :

فى التحليل السابق علمنا أن نقطة التوازن للمنشأة تتحقق عندما يتساوى (أ ح مع ت ح) وكان هذا الشرط متحققاً عند النقطة (ن) سواء فى الشكل رقم (٣-١١)، أو الشكل (٤-١١).

ولكن نقطة التعادل تتحقق عندما يتساوى الإيراد الكلى (أ ك) مع التكلفة الكلية (ت ك) ويتحقق ذلك عند النقطة (هـَ١، هـَ٢) فى الجزء (أ) من الشكل (٣-١١)، أو عندما يتساوى الإيراد المتوسط (أ م = ث) مع التكلفة المتوسطة الكلية (م ت ك)، أو عندما يكون الربح الكلى (ر) مساوياً للصفر، ويتحقق ذلك عند النقطة (هـً١، هـً٢) فى الجزء (ب) من الشكل (٣-١١)، ويتحقق ذلك عند النقطة (هـ١، هـ٢) فى الشكل (٤-١١) وكما ذكرنا فى الفصل السابق فإن نقطة التعادل تختلف عن نقطة التوازن، حيث لايشترط أن يكون (أ ح) يساوى (ت ح) عند نقطة التعادل، فمن الجزء (أ) من الشكل (٣-١١) نلاحظ أنه عند النقطة (هـَ١، هـَ٢) يتقاطع منحنى (أ ك) مع منحنى (ت ك) ومن ثم لايكون المماس لمنحنى التكلفة الكلية عند (هـَ١، هـَ٢) موازياً لمنحنى (أ ك)، وبالتالى لايكون ميلهما متساوى.

وتجدر ملاحظة أن المنشأة تحقق خسائر فى البدايات الأولى للإنتاج، حيث تكون خبرتها بالسوق ناقصة، ويتحقق ذلك للمنشأة عند جميع أحجام الإنتاج التى تقل عن حجم الإنتاج (و ك١)، حيث يكون منحنى (ت ك) أعلى من منحنى (أ ك) فى الجزء (ب) من الشكل (٣-١١)، ويكون منحنى الربح الكلى (ر) أسفل المحور الأفقى فى الجزء (ب) من الشكل (٣-١١). وكذلك يكون منحنى (م ت ك) أعلى من منحنى (أ م) فى الشكل (٤-١١)،

وتصل المنشـأة إلى نقطة التـعـادل (هـ١) عند حـجم الإنتـاج (و ك١)، وعندما يزيد الإنتاج عن هذا الحجم تحقق المنشأة أرباح اقتصادية، حيث يكون منحنى (أ ك) أعلى من منحنى (ت ك) فى الجـزء (أ) من الشكل (٣-١١)، وسيكون منحنى الربح الكلى (ر) أعلى من المـحور الأفقى فى الجزء (ب) من الشكل (٣-١١)، وسيكون منحنى (أ م) أعلى من منحنى (م ت ك) فى الجزء (أ) من الشكل (٤-١١)، وتستـمر المنشـأة فى جنى هذه الأرباح الاقتصادية إلى أن تصل إلى نقطة تعادل جديدة عند النقطة (هـ٢) عندما تصل إلى حجم الإنتاج (و ك٢).

ولكن إذا قـررت هـذه المنشـأة زيادة حـجم الإنتـاج عن (و ك٢) فـإنهـا سيتحقق خسائــر مرة ثانية، حيث سيكون منحنى (ت ك) أعلي من منحنى (أ ك) فى الجـزء (أ) من الشكل (٣-١١)، وسيكون منحنى الربح الكلى (ر) أسفل المحور الأفقى فى الجزء (ب) من الشكل (٣-١١)، وسيكون منحنى (م ت ك) أعلى من منحنى (أ م) فى الشكل (٤-١١)، وستكون هذه الخسائر التى بدأت فى الظهور بعد حجم الإنتاج (و ك٢) مؤشراً للمنشـأة للبدء فى التفكير لاتخاذ قرار بالتوسع فى طاقات الإنتاج لزيادة حجم المشروع، وهذا لن يتحقق فى الأجل القصير ولكنه سيكون قرار تخطيطى يتعلق بالآجل الطويل.

٣-٢ : توازن المنشأة فى الأجل القصير: هدف التعادل وتحقيق الأرباح العادية:

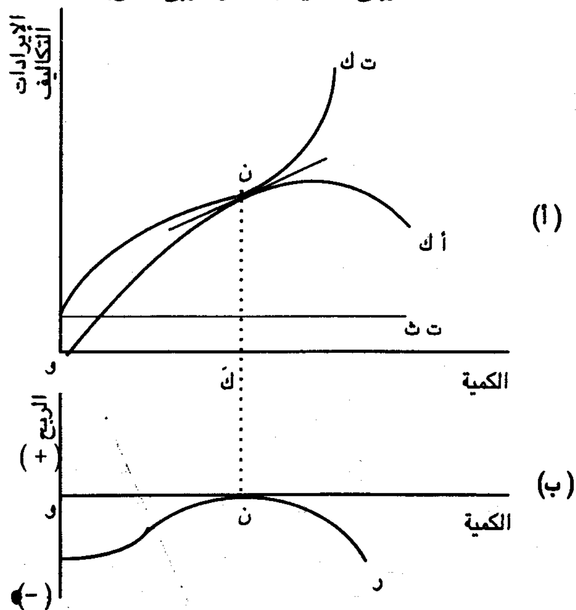
فى هذه الحالة لاتتمكن المنشـأة من تحقيق الأرباح غير العادية عند أى حجم من أحجام الإنتاج، وتحقق خسائر عند جميع أحجام الإنتاج ماعدا حجم إنتاج وحيد عنده يتعادل الإيراد الكلى مع التكلفة الكلية، ويكون الربح أو الخسارة مساوياً للصفر، ويكون القرار الرشيد للمنشأة هو الاستقرار عند هذا الحجم من الإنتاج الذى يحقق الربح العادى وهو الربح المحسوب

ضمن تكاليف الإنتاج. ويمكن توضيح وضع التوازن للمنشأة فى هذه الحالة من دراسة وتحليل الشكل رقم (٥-١١)، أو الشكل (٦-١١).

١) مدخل الربح الكلى:

يمكن تحديد الوضع التوازنى للمنشأة على أساس مدخل الربح الكلي بمقارنةالإيراد الكلى والتكلفة الكلية : كما يتضح من الجزء (أ) من الشكل (٥-١١) حيث يمثل الخط المستقيم (أ ك) الإيراد الكلى عند جميع أحجام الإنتاج، ويمثل المنحنى (ت ك) التكلفة الكلية عند جميع أحجام، ويمثل المنحنى (ت ث) التكلفة الثابتة، ويتحقق توازن المنشأة عند النقطة (ن) على منحنى (ت ك) وهى النقطة الوحيدة التى يمس عندها منحنى (ت ك) منحنى (أ ك) وبالتالى سيكون ميل منحنى (أ ك) مساوياً لميل منحنى (ت ك)

شكل رقم (٥-١١)
تحديد السعر والناتج والربحية للمنشأة في سوق الاحتكار التام
حالة الأرباح العادية (مدخل الربح الكلى)



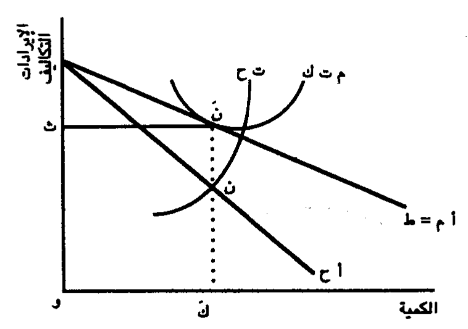
عند هذه النقطة، أى أن (أ ح = ت ح)، ومن ثم سيكون القرار الرشيد للمنشأة هو إنتاج الكمية (و كَ)، وتحقق المنشأة بإنتاج هذه الكمية الربح العادى فقط، حيث يتعادل (أ ك) مع (ت ك)، وبالتالى يمثل حجم الإنتاج (و ك) نقطة التوازن وفى نفس الوقت نقطة التعادل، وهذا الحجم من الإنتاج هو الوحيد الذى يجمع بين شرطى التوازن والتعادل فى المنشأة.

ويمكن تحديد الوضع التوازنى للمنشأة باستخدام دالة منحنى الربح الكلى : كما يتضح من الجزء (ب) من الشكل (٥-١١) حيث يمثل المنحنى (ر) منحنى الربح الكلى (أ ك – ت ك) وهو يمثل المسافة المحصورة بين منحنى الإيراد الكلى (أ ك) ومنحنى التكلفة الكلية (ت ك) فى الجزء (أ) من الشكل (٥-١١)، ويتحقق الربح العادى للمنشأة عند النقطة (ن) على المنحنى (ر) ومن ثم يكون القرار الرشيد للمنشأة هو إنتاج الكمية (و كَ)، وتحقق المنشأة بإنتاج هذه الكمية الربح العادى حيث يكون الربح الاقتصادى مساوى للصفر.

٢) مدخل ربح الوحدة:

ويمكن تحديد الوضع التوازنى للمنشأة على أساس مدخل ربح الوحدة بمقارنة الإيراد المتوسط والتكلفة المتوسطة : كما يتضح من الشكل (٦-١١).

شكل رقم (٦-١١)
تحديد السعر والناتج والربحية للمنشأة في سوق الاحتكار التام
حالة الأرباح العادية (مدخل ربح الوحدة)



حيث سيتحقق توازن المنشأة عندما (أ ح = ت ح) عند النقطة (ن)، أى أن قرار الإنتاج الرشيد للمنشأة سيكون إنتاج الكمية (و كَ)، ويمكنها بيع هذه الكمية بالسعر (و ث). وتحقق المنشأة بإنتاج الكمية (و كَ) الربح العادى فقط، وهو الربح المحسوب ضمن (م ت ك)، حيث يمس منحنى (م = ك) منحنى (أ م) عند حجم الإنتاج (و كَ).

٣-٣ :توازن المنشأة فى الأجل القصير: هدف أدنى خسارة ممكنة:

إذا انخفض سعر السلعة عن (م ن ك) عند جميع أحجام الإنتاج، تحقق المنشأة فى هذه الحالة خسائر عند جميع أحجام الإنتاج، ويكون القرار الرشيد للمنشأة هو اختيار حجم الإنتاج الذى يحقق أدنى خسارة ممكنة بشرط أن تكون الخسائر أقل من أو تساوى التكلفة الثابتة فى المنشأة. أى أن المنشأة تتمكن من تغطية جميع تكاليفها المتغيرة على الأقل وأن أمكنها تغطية جزء من التكاليف الثابتة، يكون ذلك الوضع أفضل حالاً.

وفى هذه الحالة بالرغم من أن السعر أقل من (م ت ك) عند جميع أحجام الإنتاج ولكنه سيظل أعلى من (م ت غ) عند بعض أحجام الإنتاج، وبالتالى سيكون (أ ك) أقل من (ت ك) عند جميع أحجام الإنتاج، ولكن سيظل الإيراد الكلى أعلى من (ت غ) عند بعض أحجام الإنتاج.

وستستمر المنشأة فى الإنتاج كلما انخفض السعر حتى إذا وصل انخفاض السعر فى السوق إلى الحد الذى يتعادل السعر مع (م ت غ)، ولكن إذا انخفض السعر عن (م ت غ) فسيكون القرار الرشيد للمنشأة التوقف عن الإنتاج، كما سيتضح من التحليل التالى. ويمكن توضيح وضع التوازن للمنشأة فى هذه الحالة من دراسة وتحليل الشكل رقم (٧-١١) والشكل (٨-١١).

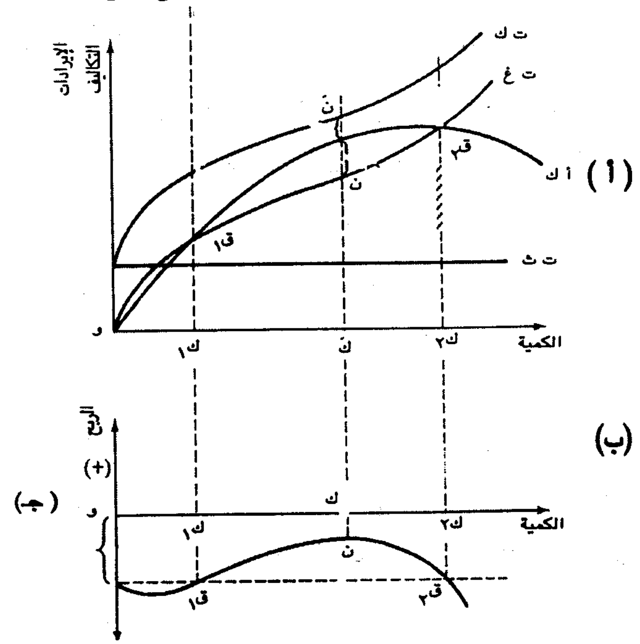
١) مدخل الربح الكلي:

ويمكن تحديد الوضع التوازنى للمنشأة على أساس مدخل الربح الكلي بمقارنة الإيراد الكلى والتكلفة الكلية : كما يتضح من الجزء (أ) من الشكل (٧-١١) حيث يمثل المنحنى (أ ك) الإيراد الكلى عند جميع أحجام الإنتاج، ويمثل المنحنى (ت ك) التكلفة الكلية عند جميع أحجام، ويمثل المنحنى (ت ث) التكلفة الثابتة، ويتحقق توازن المنشأة عند النقطة (ن) على منحنى (ت ك) لأن هذه النقطة هى الوحيدة على منحنى (ت ك) التى يكون المماس لها موازى لمماس المنحنى (أ ك) وبالتالى سيكون ميل منحنى (أ ك) مساوياً لميل منحنى (ت ك) عند هذه النقطة، أى أن (أ ح = ت ح)، ومن ثم سيكون القرار الرشيد للمنشأة هو إنتاج الكمية (و كَ)، وتحقق المنشأة بإنتاج هذه الكمية

شكل رقم (٧-١١)

تحديد السعر والناتج والربحية للمنشأة في سوق الاحتكار التام

حالة أدنى خسارة ممكنة (مدخل الربح الكلى)



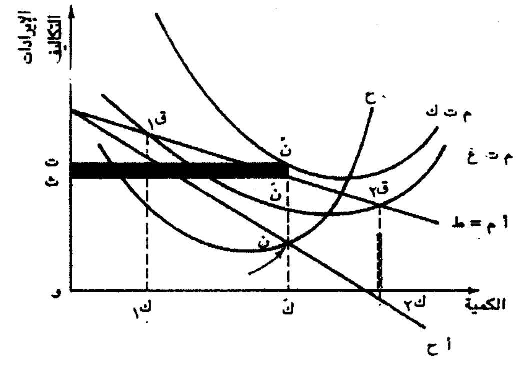
أدنى خسارة تعادل المسافة (ن نَ) فى المنطقة المحصورة بين منحنى (أ ك) ومنحنى (ت ك) بين نقطتى التعادل (هـ١ هـ ٢).

ويمكن تحديد الوضع التوازنى للمنشأة باستخدام دالة أو منحنى الربح الكلى : كما يتضح من الجزء (ب) من الشكل (٧-١١) حيث يمثل المنحنى (ر) منحنى الربح الكلى (أ ك - ت ك) وهو يمثل المسافة المحصورة بين منحنى الإيراد الكلى (أ ك) ومنحنى التكلفة الكلية (ت ك) فى الجزء (أ) من الشكل (٧-١١)، وتحقق أدنى خسارة ممكنة للمنشأة عند النقطة (ن) على المنحنى (ر) ومن ثم يكون القرار الرشيد للمنشأة هو إنتاج الكمية (و كَ)، وتحقق المنشأة بإنتاج هذه الكمية أدنى خسارة ممكنة وتعادل المسافة (كَ ن).

٢) مدخل ربح الوحدة:

يمكن تحديد الوضع التوازنى للمنشأة على أساس مدخل الإيراد المتوسط والتكلفة المتوسطة : كما يتضح من الشكل (٨-١١).

شكل رقم (٨-١١)
تحديد السعر والناتج والربحية للمنشأة في سوق الاحتكار التام
حالة أدنى خسارة ممكنة (مدخل ربح الوحدة)

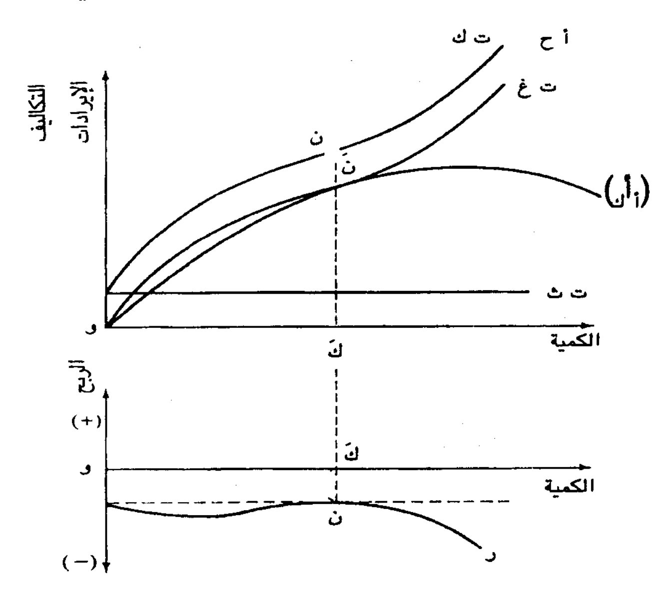


وسيتحقق توازن المنشأة عندما أ ح = ت ح عند النقطة (ن)، أى أن قرار الإنتاج الرشيد للمنشأة سيكون إنتاج الكمية (و كَ)، ويمكنها بيع هذه

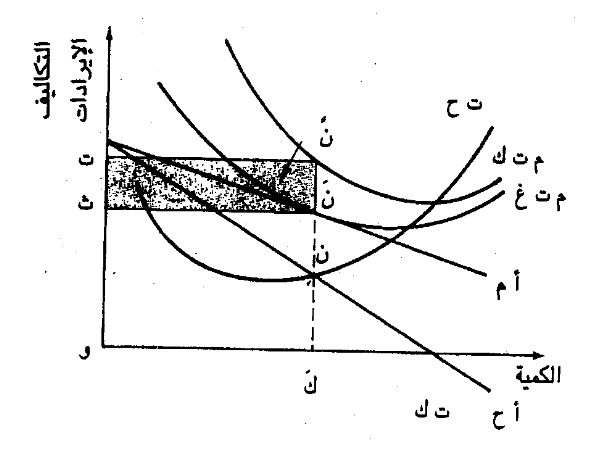
الكمية بالسعر (و ث). وتحقق المنشأة بإنتاج الكمية (و كَ) أدنى خسارة ممكنة وتعادل المستطيل (ث نَ نً ت).

ويلاحظ أنه بالرغم من أن المنشأة تحقق خسائر ولكنها تستمر فى الإنتاج، ولكن إذا كانت خسائر المنشأة مساوية للتكلفة الثابتة، أى أن المنشأة تغطى التكاليف المتغيرة فقط ولن تتمكن من تغطية التكاليف الثابتة فسيكون هذا الحجم من الإنتاج (و كً) والسعر السائد فى السوق (و ث) هما الحد الفاصل بين التوقف والاستمرار فى الإنتاج كما يوضحه الشكل (٩-١١) والشكل (١٠-١١).

شكل رقم (٩-١١)
تحديد السعر والناتج والربحية للمنشأة في سوق الاحتكار التام
الحالة الحدية لهدف أدني خسارة ممكنة (مدخل الربح الكلي)



شكل رقم (١٠-١١)
تحديد السعر والناتج والربحية للمنشأة في سوق الاحتكار التام
الحالة الحدية لهدف أدني خسارة ممكنة (مدخل ربح الوحدة)



٣-٤ :توازن المنشأة فى الأجل القصير: حالة التوقف عن الإنتاج:

وفى هذه الحالة تحقق المنشـأة خسائر عند جميع أحجام الإنتاج، وتكون أقل خسارة يمكن أن تصل إليها المنشأة - فى حال اتخاذ قرار بالاستمرار فى الإنتاج - أكبر من التكلفة الثابتة، لذلك سيكون القرار الرشيد للمنشأة التوقف عن الإنتاج وتحمل خسائر، تعادل التكلفة الثابتة. وذلك لأن استمرار المنشأة فى الإنتاج يعنى أن هذه المنشأة لن تتمكن من تغطية جميع التكاليف المتغيرة، وكذلك التكاليف الثابتة.

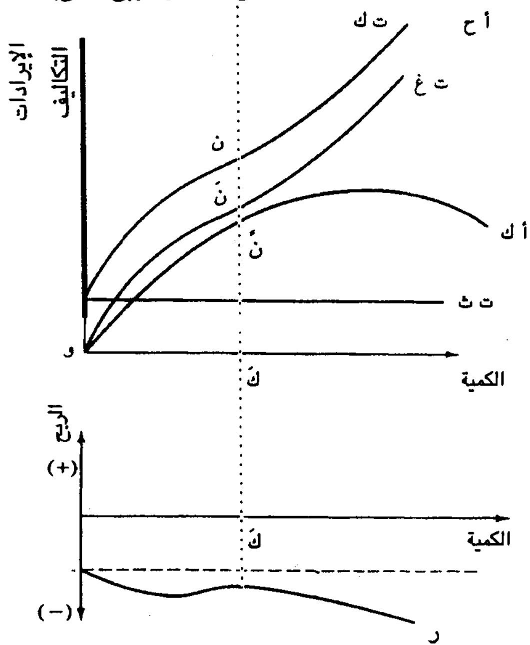
ويمكن توضيح وضع التوازن للمنشأة فى هذه الحالة من دراسة وتحليل الشكل رقم (١١-١١) والشكل (١٢-١١).

١) مدخل الربح الكلي:

يمكن تحديد الوضع التوازنى للمنشأة على أساس مدخل الربح الكلي بمقارنة الإيراد الكلى والتكلفة الكلية : كما يتضح من الجزء (أ) من الشكل (١١-١١) حيث يمثل المنحنى (أ ك) الإيراد الكلى عند جميع أحجام الإنتاج، ويمثل المنحنى (ت ك) التكلفة الكلية عند جميع أحجام، ويمثل

المنحنى (ت ث) التكلفة الثابتة، ويتحقق توازن المنشأة عند النقطة (ن) على منحنى (ت ك) لأن هذه النقطة هى الوحيدة على منحنى (ت ك) التى يكون المماس لها موازى لمماس المنحنى (أ ك) وبالتالى سيكون ميل منحنى (أ ك) مساوياً لميل منحنى (ت ك) عند هذه النقطة، أى أن (أ ح = ت ح)، ولكن يلاحظ أنه عند الكمية (و ك) تحقق المنشأة خسائر تعادل المسافة (ن نَ)، ومن ثم يكون القرار الرشيد للمنشأة هو الخروج من السوق.

شكل رقم (١١-١١)
تحديد السعر والناتج والربحية للمنشأة في سوق الاحتكار التام
حالة توقف المنشأة عن الإنتاج (مدخل الربح الكلى)



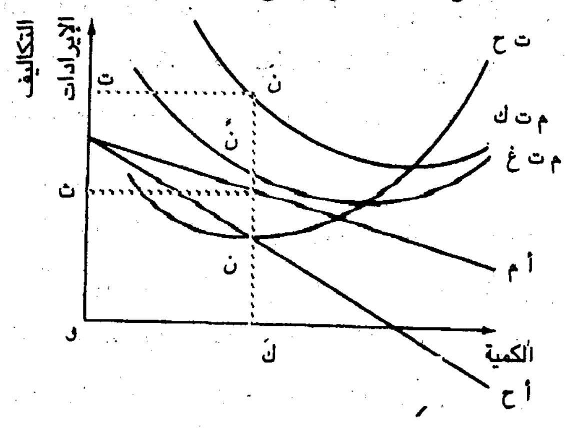
ويمكن تحديد الوضع التوازنى للمنشأة باستخدام دالة أو منحنى الربح الكلى : كما يتضح من الجزء (ب) من الشكل (١١-١١) حيث يمثل المنحنى (ر) منحنى الربح الكلى (أ ك - ت ك) وهو يمثل المسافة المحصورة بين منحنى الإيراد الكلى (أ ك) ومنحنى التكلفة الكلية (ت ك) فى الجزء (أ) من الشكل (١١-١١)، وتتحقق أدنى خسارة ممكنة للمنشأة عند النقطة (ن) على

المنحنى (ر)ولكن هذه الخسارة ستكون أكبر من التكلفة الثابتة، ويكون القرار الرشيد للمنشأة هو الخروج من السوق.

٢) مدخل ربح الوحدة:

يمكن تحديد الوضع التوازنى للمنشأة على أساس مدخل ربح الوحدة بمقارنة الإيراد المتوسط والتكلفة المتوسطة : كما يتضح من الجزء (أ) من الشكل (١٢-١١).

شكل رقم (١٢-١١)
تحديد السعر والناتج والربحية للمنشأة في سوق الاحتكار التام
حالة توقف المنشأة عن الإنتاج (مدخل ربح الوحدة)



وسيتحقق توازن المنشأة عندما أ ح = ت ح عند النقطة (ن)، ولكن إذا اتخذت المنشأة قراراً بإنتاج الكمية (و كَ)، ويمكنها بيع هذه الكمية بالسعر (و ث)، ولكن هذا السعر سيكون أقل من (م ت غ)، وهذا يعنى أن خسائر المنشأة تفوق التكاليف الثابتة، لذلك سيكون القرار الرشيد التوقف عن الإنتاج والخروج من السوق. وهنا سيكون الخروج من السوق نهائياً وليس مؤقتاً.

قد يفكر البعض أن هذه الحالة لاتحدث فى سوق الاحتكار الكامل، حيث تسيطر المنشأة المحتكرة على السوق سيطرة كاملة وتتبع جميع السياسات لإغلاق هذه السوق أمام دخول أى منشأة جديدة، ولكن هذا غير صحيح،

ففى بعض الحالات تدفع الأرباح المتحققة للمنشأة المحتكرة ببعض المنشآت الجديدة لإنتاج سلعة جديدة تكون بديلة لمُنتَّج المحتكر ولن تتمكن المنشأة المحتكرة من الاحتفاظ بالسوق باحتفاظها ببراءة الاختراع لمُنتَّجها، مع ظهور هذه الأفكار والاختراعات الجديدة، وبالتالى ظهور براءات اختراع جديدة لمنشآت جديدة.

وحتى تلك الحالة التى تسيطر فيها المنشأة المحتكرة على المادة الخام المستخدمة فى الصناعة وتمنع بذلك دخول منشآت جديدة، فإن اكتشاف مواد خام بديلة لتلك المستخدمة فى إنتاج مُنتَّج المحتكر قد يحفز منشآت جديدة لدخول السوق وإنتاج منتجات بديلة للمُنتَّج الأصلى للمحتكر، وقد يترتب على ذلك خروج المنتج المحتكر من السوق.

٤ :سياسة التمييز السعرى[١]:

فى بعض الأحيان تتاح للمحتكر ظروف تُمَكنة من فصل وتقسيم السوق إلى سوقين أو أكثر بهدف تعظيم أرباحه المحققة من الأسواق المختلفة، ومن ثم تعظيم أرباحه الإجمالية، حيث يقوم المحتكر ببيع مُنتَّجه بسعر مرتفع فى أحد الأسواق ويبيع نفس المُنتَّج بسعر منخفض فى سوق أخرى... وهكذا، أى أن التمييز السعرى ينشأ عندما يتمكن المحتكر من فرض أسعار مختلفة

---

(١) هناك نوع من التمييز السعرى يعتمد علي سياسة 'التسعير بالشريحة Block Pricing'، وقد يكون التسعير تنازلي كأن يتم بيع المُنتَّج بسعر منخفض لمشتري الكميات الكبيرة بينما يتم بيع نفس المُنتَّج بسعر مرتفع لمشتري الكميات الصغيرة، وهو ما يتبع في معظم الأحوال للتسعير بين تجارة الجملة والتجزئة. وقد يكون التسعير تصاعدي مثل سياسات التسعير التي تتبع في كثير من المرافق وبصفة خاصة في شركات توليد الكهرباء وشركات الإمداد بالغاز الطبيعي، حيث تباع الشريحة الأولي بسعر منخفض نسبياً للمستهلكين ذات الاستهلاك المنخفض، وتباع الشرائح التالية مستهلكى ذات الاستهلاك المرتفع بسعر مرتفع، ويلاحظ أن هذا التمييز لايتبع بين الاستخدامات المختلفة للكهرباء، مثل التمييز بين الاستخدام المنزلي والتجاري، ولكن التمييز في هذه الحالة يتم بين مستهلكين الكهرباء لنفس الغرض مثل التمييز بين مستهلكي الكهرباء للأغراض المنزلية بحسب حجم الاستهلاك، ومن ثم تم تقسيم الاستهلاك لنفس الغرض إلي شرائح وتعد كل شريحة سوق مستقل.

على المشترين لمُنتَّجه ولاتستند هذه الاختلافات السعرية إلى الاختلافات فى التكاليف، وحتى يتمكن المُنتِج المحتكر تطبيق هذه السياسة لابد من توافر شرطين أساسين:

١- إمكانية الفصل التام بين الأسواق المختلفة بحيث تظل منفصلة عن بعضها، حتى لاتتاح لأى شخص فرصة شراء المُنتَّج من السوق ذات السعر المنخفض ليبيعه بسعر مرتفع فى السوق الأخرى، مما قد يؤدى إلى تقارب الأسعار فى السوقين، وإذا حدث ذلك فلن يجنى المحتكر الأرباح التى كان يتوقعها بل تتسرب الأرباح لآخرين وتفشل سياسته.

وتمثل تكاليف النقل ما بين الأسواق المختلفة أحد العوامل التى تساعد على الفصل بين تلك الأسواق خاصة وإذا كانت متوسط نصيب الوحدة من المُنتَّج من تكاليف النقل تفوق الفرق بين أسعار بيع نفس المُنتَّج فى الأسواق المختلفة. كذلك فإن القيود الإدارية التى تضعها الإدارات المحلية للأقاليم المختلفة لمنع نقل سلع معينة من إقليم لآخر تمثل عامل إضافى للفصل بين الأسواق. كما تعد الرسوم الجمركية من أهم العوامل التى تساعد على الفصل بين الأسواق المختلفة، وخاصة ما بين السوق المحلى والأسواق الخارجية.

٢- اختلاف مرونات الطلب عند كل مستوى من مستويات الأسعار المختلفة فى الأسواق المختلفة.

حتى يتمكن المُنتَّج المحتكر من رفع سعر البيع فى السوق التى تكون بها الطلب على المُنتَّج غير مرن (م ط < ١)، ويحقق المحتكر زيادة إيراداته من رفع السعر برغم أن رفع السعر سيؤدى إلى نقص الكمية المباعة، ولكن انخفاض الكمية المباعة سيكون بنسبة أقل من نسبة ارتفاع السعر. ويقوم بخفض سعر البيع فى السوق التى يكون فيها الطلب على المُنتَّج مرن (م ط > ١)، ويحقق المحتكر زيادة فى إيراداته من هذا التخفيض فى السعر، لأن

انخفاض السعر سيؤدى إلى زيادة الكمية المطلوبة بنسبة أكبر من نسبة انخفاض السعر.

وحتى يمكن توضيح سياسة التمييز السعرى التى تتبعها المنشأة المحتكرة نفترض أن المنشأة تبيع مُنتَّجها فى سوقين :

١- **السوق الأولى**: يكون فيها الطلب على مُنتَّج المنشأة المحتكرة قليل المرونة (م ط < ١). ويمثله منحنى الطلب (ط ١ط ١) فى الشكل (١٣-١١).

٢- **السوق الثانية**: يكون الطلب على مُنتَّج المنشأة المحتكرة كبير المرونة (م ط > ١)، ويمثله منحنى الطلب (ط ٢ط ٢) فى الشكل رقم (١٣-١١).

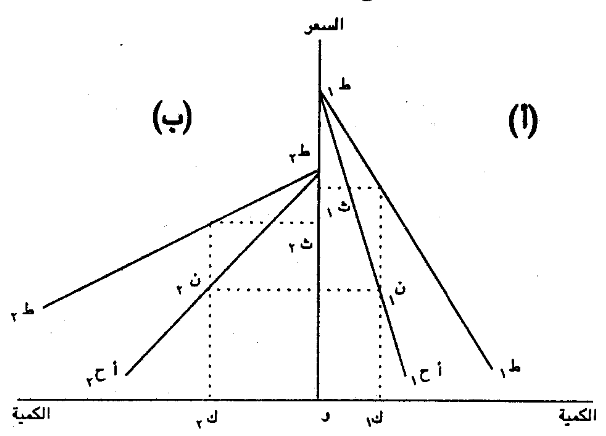
وذلك كما يتضح من الشكل رقم (١٣)-١١، حيث يمثل الجزء (أ) السوق الأولى، وفى هذا الجزء تقاس الكميات من اليسار إلى اليمين على المحور الأفقى كالمعتاد، والأسعار على المحور الرأسى، بينما يمثل الجزء (ب) السوق الثانية، وفى هذا الجزء تقاس الكميات من اليمين إلى اليسار (كميات موجبة) والأسعار على المحور الرأسى. ويمثل المنحنى (ط١ ط١) منحنى الطلب على مُنتَّج المنشأة المحتكرة فى السوق الأولى والمنحنى (أ ح١) يمثل منحنى الإيراد الحدى فى السوق الأولى، ويمثل المنحنى (ط٢ ط٢) منحنى الطلب على مُنتَّج المنشأة المحتكرة فى السوق الثانية، والمنحنى (أ ح ٢) يمثل الإيراد الحدى فى السوق الثانية.

وحتى يحقق المنتج المحتكر أقصى أرباح ممكنة من السوقين يجب أن تكون الإضافة إلى الإيراد الكلى المترتبة على آخر وحدة مباعة فى السوق الأولى مساوية إلى الإضافة إلى الإيراد الكلى المترتبة عن آخر وحدة مباعة فى السوق الثانية، أى تساوى الإيراد الحدى المتحقق فى السوقين (أ ح ١ = أ ح ٢)، فإذا افترضنا أن الإيراد الحدى فى السوق الأولى عند النقطة (ن١)

على منحنى الإيراد الحدى يتساوى مع الإيراد الحدى فى السوق الثانية عند النقطة (ن٢) على منحنى الإيراد الحدى. فسيتمكن المنتج المحتكر من بيع الكمية (و ك١) فى السوق الأولى بالسعر (و ث١) (وهى كمية منخفضة ولكن بسعر مرتفع)، وسيتمكن من بيع الكمية (و ك٢) فى السوق الثانية بالسعر (و ث٢) (وهى كمية مرتفعة ولكن بسعر منخفض).

شكل رقم (١٣-١١)

التمييز السعرى وتوزيع المبيعات بين سوقين لمنشأة محتكرة



مجالات التميز السعرى:

هناك مجالات عديدة لاتباع سياسة التمييز السعرى بالنسبة للمنشأة المحتكرة سواء كانت تلك السياسة ستتّبع للتمييز السعرى داخل السوق المحلى، أو للتميز السعرى بين السوق المحلى والسوق والخارجى. ولعل من أبرز المجالات التى يمكن اتباع تلك السياسة فيها مايأتى :

١- سياسة الإغراق Dumping : وتتبع هذه السياسة للتمييز السعرى ما بين السوق المحلى والسوق الخارجى، حيث تباع السلعة فى السوق الخارجى بثمن أقل من ثمن بيعها فى السوق المحلى، وتكون مرونة الطلب فى السوق المحلى عادة أقل من مرونة الطلب فى السوق الخارجى لأن المنشأة المحتكرة تكون الوحيدة المنتجة للسلعة فى السوق

الداخلى، بينما تواجه المنشأة المحتكرة بمنافسين عديدين فى السوق الخارجى، وتظل السوقان منفصلتين بسبب وجود تكاليف النقل والرسوم الجمركية.

٢- اتباع شركات التليفونات والاتصالات سياسة للتمييز السعرى لأسعار المكالمات التليفونية للمسافات البعيدة (الاتصالات الدولية) ما بين الأوقات المختلفة من اليوم، حيث يكون السعر مرتفعاً للمكالمات فى النهار، وتكون الأسعار منخفضة للمكالمات بالليل.

٣- إتباع شركات توليد وتوزيع الطاقة الكهربائية سياسة للتمييز السعرى ما بين الاستخدام للأغراض التجارية والصناعية وبين الاستخدام المنزلى، حيث يكون السعر مرتفعاً للاستخدامات التجارية والصناعية، ويكون السعر منخفضاً للاستخدامات المنزلية.

٤- التمييز السعرى فى أماكن المتفرجين فى الملاعب المختلفة، حيث يكون سعر التذكرة مرتفعاً لمقاعد المقصورة، بينما يكون السعر منخفضاً للمقاعد العادية. ويتم هذا النوع من التمييز فى مقاعد المتفرجين فى دور السينما والمسارح.

٥- التمييز فى أسعار نقل الركاب، سواء فى شركات النقل بالأتوبيس أو فى السكك الحديدية، أو شركات الطيران، حيث تباع التذاكر بسعر مرتفع للدرجة الأولى، وبسعر منخفض للمقاعد العادية فى الدرجات الأقل.

٦- التمييز في أسعار الخدمة والإقامة في الفنادق والمستشفيات، حيث تكون هناك أسعار مرتفعة في الدرجة الأولي، بينما تنخفض الأسعار في الدرجات الأقل.

الفصل الثاني عشر
قرارات تحديد السعر والناتج
والربحية للمنشأة في سوق منافسة القلة

يمثل نموذج "سوق منافسة القلة" حالة من الممارسات الاحتكارية ، التي تُخرج السوق الحر عن شروطه ، وعادة ما يُنتُج هذا النموذج عن ظهور اتفاقات معلنة أو ضمنية بين المنتجين لمُنتَّج معين (سلعة أو خدمة) تمكنهم من التعامل كما لو كانوا مُنتجٍ محتكر، ولكنهم لن يصلوا أبداً بالسوق إلي نموذج "الاحتكار الكامل".

١ : طبيعة سوق احتكار (منافسة) القلة :

بتحليل المحددات الأربعة لدرجة تنافسية السوق التى تخضع لقواعد احتكار (منافسة) القلة، نلاحظ أن سوق منافسة القلة تتميز الآتى :

١) عدد قليل من المُنتِّجين وعدد كبير من المشترين(١):

يوجد عدد قليل نسبياً من المنشآت التى تعمل فى سوق احتكار القلة، فعندما نسمع عن الثلاثة الكبار أو الأربعة الكبار أو الستة الكبار فإننا نكون على يقين (نسبياً) بأن الصناعة تعمل فى ظل احتكار القلة. ولايعنى ذلك، بالطبع، أن الثلاثة أو الأربعة الكبار يتقاسمون السوق بأكمله، فربما يسيطر هذا العدد القليل من المنشآت على ٧٠٪ أو ٨٠٪ من السوق، بينما يعمل بجانبها مجموعة متنافسة من المنشآت الأصغر تتعامل فى بقية السوق. وعندما يسيطر عدد قليل من المنشآت على السوق يكون لكل منها نصيب كبير من السوق بدرجة تجعل قراراتها وسياساتها مؤثرة على المنشآت الأخرى.

وحيث إن كل منشأة تعرض نسبة كبيرة من إجمالى إنتاج الصناعة،

---

(١) وعندما نواجه حالة سوق بها عدد قليل من المشترين في مواجهة عدد كبير من المنتجين (البائعين)، يطلق عليها سوق منافسة القلة للشراء Oligopsony.

فإن السياسات و الإجراءات التى تتخذها أى منشأة منهم فى محاولة لزيادة نصيبها من السوق سيكون لها أثر مباشر وفورى وجوهرى على منافسيها، لهذا، يتعين على كل منشأة أن تدرس بعناية وحكمة ردود الأفعال التى تتوقعها من المنشآت المنافسة، وهى بصدد التفكير فى تغيير سعر السلعة ونفقات الإعلان ونوعية وجودة السلعة... أو غيرها من الإجراءات التى تؤثر على المنشآت الأخرى العاملة فى السوق إذ من المتوقع أن تقوم هذه المنشآت المنافسة بإتخاذ إجراءات مضادة تحمى بها نفسها، وفى جميع الأحوال عندما تقدم إحدى المنشآت على اتخاذ إجراءات ضارة بالآخرين سيكون هؤلاء على بينة من تحديد المنشأة المسئولة عن إحداث الضرر ويستطيعون بناءاً على ذلك من الانتقام، ومن ثم يتعين على أى منشأة قبل البدء فى اتخاذ مثل هذه القرارات أن تقوم بدراسة وتحليل آثار كل إجراء وتقييمه، وهذا التداخل الواضح والمتبادل بين المنشآت العاملة فى السوق يمثل وضع مميز لاحتكار القلة.

وتمثل صناعة السيارات مثالاً واضحاً لسوق احتكار القلة، ففى الولايات المتحدة تتجاوز مبيعات السيارات سنوياً ١٠٠ مليار جنيه، تسيطر ثلاث شركات على ٩٧٪ من تلك المبيعات، ومن الأمثلة الأخرى لذلك صناعة الكيماويات، وصناعة الصلب، ومعظم صناعات السلع المنزلية الكهربائية...

٢) تجانس أو تمايز المُنتَّجات :

قد تنتج المنشآت العاملة فى سوق احتكار القلة مُنتَّجات متجانسة أو مُنتَّجات متمايزة، وللمقارنة بين نوع السلع التى تنتجها المنشآت التى تعمل فى إطار سوق احتكار القلة، يمكن التمييز بين نوعين لأسواق احتكار القلة:

احتكار القلة التام Pure Oligopoly : **وهو الحالة التى تنتج المنشآت العاملة فى الصناعة مُنتَّجات متجانسة، بحيث يكون مُنتَّج المنشأة (أ) متشابه بدرجة كبيرة جداً مع مُنتَّج المنشأة (ب)... وهكذا.**

وينطبق ذلك على جميع الصناعات التى تعمل فى ظل احتكار القلة والتى تنتج المواد الخام أو السلع النصف مصنعة فإنها تعرض فى العادة مُنتَّجات متماثلة للمشترى. فعلى سبيل المثال، نجد أن معظم المُنتَّجات المعدنية (من الصلب والنحاس والرصاص والزنك والألومنيوم) وكذلك الأسمنت والمنسوجات تمثل مُنتَّجات متماثلة يقوم بإنتاجها عدد قليل من المنشآت التى تسيطر على السوق.

احتكار القلة المتمايز Differentiated Oligopoly : وهو الحالة التى تنتج المنشآت العاملة فى الصناعة مُنتَّجات متمايزة، بحيث يمكن تمييز مُنتَّج المنشأة (أ) بوضوح عن مُنتَّج المنشأة (ب)... وهكذا، وقد يكون التمييز فى بعض الخصائص المادية الفعلية للمُنتَّج، أو التعبئة والتغليف، أو العلامات التجارية، أو مكان التسليم، أو الضمان وخدمات ما بعد البيع للمُنتَّجات... وغيرها.

وينطبق ذلك على جميع الصناعات التى تعمل فى ظل احتكار القلة وتنتج سلعة استهلاكية نهائية، حيث تعرض هذه المنشآت عادة مُنتَّجات مميزة للمشترين. ومن أمثلة هذه السلع: السيارات وإطارات السيارات والمُنتَّجات البترولية والصابون، والسجائر والأقلام والعديد من الأجهزة الكهربائية وصناعة الأدوية...... وغيرها من السلع التى تنتجها صناعات تعمل فى ظل احتكار القلة، حيث يكون التمييز السلعى الاحتكارى واضحاً إلى درجة كبيرة.

٣) صعوبة انتقال عناصر الإنتاج :

يعتبر دخول منشآت جديدة للصناعة التى تعمل فى إطار سوق احتكار القلة عملية صعبة للغاية، وأيضاً فإن خروج منشآت قائمة من الصناعة يعد أمراً صعباً نظراً لضخامة استثمارات المنشأة، والتى يصعب اتخاذ قرار بتصفيتها وتحويلها لفرع إنتاجى آخر.

وإذا كانت الصناعات التى تعمل فى إطار الاحتكار الكامل تعد صناعات مغلقة تماماً ولاتسمح بدخول مُنتِجين جدد، تظل الاحتمالات قائمة لدخول منشآت جديدة للصناعات التى تعمل فى إطار احتكار القلة، ولكنها تكون غاية فى الصعوبة والتعقيد بما يحوطها من معوقات كثيرة. لذلك فإن انتقال الموارد من وإلى الصناعة لن يكون بالسهولة والسرعة المرغوبتين.

٤) معرفة ناقصة بظروف السوق :

قد تؤثر درجة الإلمام بحقائق الصناعة فى مقدرة المنشأة التى تعمل فى سوق احتكار القلة على تغيير قراراتها أكثر مما لو كانت تعمل فى ظل الهياكل السوقية الأخرى، ففى احتكار القلة البحت قد تكون المعلومات المتاحة عن أسعار الموارد وتكلفة النقل والتكنولوجيا القائمة وغيرها من العوامل أكبر منها فى حالة احتكار القلة المتماين، وفى كل حالة يوجد أسرار خاصة أقل مما يجب أن يسمح به لمعظم المنشآت. وكثيراً ما ينتقل العمال عن منشأة إلى أخرى فى نفس الصناعة، وعندئذٍ يحقق المنتجون فى المنشآت التى انتقل إليها العمال مكاسب نتيجة المعلومات الإضافية التى حصلوا عليها من هؤلاء العمال عن المنشآت التى كانوا يعملون بها من قبل، وقد يفعلون ذلك عفوياً أو عمداً. ولايخفى كذلك أن هناك قدراً معيناً من الجاسوسية الصناعية الصريحة، وهو أمر ليس بجديد فى الصناعات التى تعمل فى ظل احتكار القلة. وتلجأ كثير من المنشآت إلى فرض نطاق كامل من السرية والأمن حول الأبحاث وأنشطة التطوير وخطط المنتجات الجديدة وغيرها من الأنشطة التى تخشى من انتقالها إلى المنشآت المنافسة.

وفى بعض الحالات، حيث يغيب الإلتزام القانونى، فقد ترفض المنشآت أن تعطى معلومات (مثل مستويات المخزون) للأجهزة الحكومية، وهى معلومات تساعد فى تقويم حالة الاقتصاد القومى برمته، نظراً لأن إتاحة مثل هذه المعلومات للمنشآت المنافسة ينظر إليه على أنه ضرر محتمل. وكل ذلك يحد بالطبع من تدفق المعلومات داخل الصناعة.

٢ : إيرادات المنشأة فى سوق احتكار (منافسة) القلة:

ويترتب على تلك الخصائص الأربعة مجتمعة أن منحنى الطلب على مُنتَّج المنشآت التى تعمل فى سوق احتكار القلة سيكون سالب الميل، وتعتمد درجة استجابة الكمية المباعة للتغير فى السعر على درجة الاختلاف بين المنتجات، فقد يكون هناك مجال قليل لاختلاف السعر بين المنشآت التى تنتج منتجات متجانسة مثل المنشآت التى تعمل فى صناعة مواد البناء، بينما هناك اختلاف كبير فى السعر بين المنتجات التى بينها تمايز كبير مثل السيارات. وكما سوف نرى فأن هناك صوراً معينة وبالذات فى حالة احتكار القلة البحت نعتبرها متلقياً للسعر (Price Takers) ومن ثم تتصرف مثل المنشآت التى تعمل فى ظل المنافسة التامة، ويتخذ منحنى الطلب لها شكلاً أفقياً.

تتضمن الصناعات التى تعمل فى إطار سوق منافسة (احتكار) القلة[١] مواقف وحالات متعددة يتصف كلٍ منها بخصائص معينة تختلف فيها عن الأخرى، ومن ثم يتعذر وضع نظرية عامة تصلح لتفسير جميع الحالات فى أسواق منافسة القلة، وبالتالي لن يكون هناك نموذج عام يمكن الاعتماد عليه لتحليل قرارات التسعير والإنتاج لجميع المنشآت العاملة فى سوق احتكار القلة. وهذا يجعل تحليل نماذج أسواق منافسة (احتكار) القلة تفتقر إلى الدقة والوضوح التى يتصف بهما تحليل أسواق المنافسة الكاملة والاحتكار الكامل.

فبينما رأينا فى الفصلين العاشر والحادي عشر أن المنشآت التى تعمل فى سوق المنافسة الكاملة تعتبر منشآت متلقية للسعر Price Taker حيث يتحدد السعر فى السوق بقوى العرض والطلب، بينما تكون المنشآت التى تعمل فى سوق احتكار كامل مقررة للسعر Price Setter، أما فى أسواق

(١) يطلق بعض الاقتصاديون علي تلك الأسواق "أسواق منافسة القلة" Competition Among The Few، أو "أسواق احتكار القلة" أو "أسواق الاحتكار المتعدد، ولكنها جميعاً تعبر عن المصطلح Oligopoly.

منافسة (احتكار) القلة فمن المألوف أن يوجد كلا النمطين من المنشآت، حيث تكون بعض المنشآت مقررة للسعر ومن ثم يمكن تطبيق نموذج المنشأة المحتكرة عليها، بينما تكون باقى المنشآت أخذة للسعر، ومن ثم يمكننا أن نطبق عليها نموذج المنشأة التى تعمل فى سوق منافسة كاملة. لذلك نجد أن إطار التحليل فى النموجذين السابقين - (المنافسة الكاملة - الاحتكار الكامل) - يمكن تطبيقه على المنشآت العاملة فى أسواق منافسة القلة.

٣: التكتل الاحتكارى فى أسواق منافسة القلة:

كثيراً ما تلجأ المنشآت العاملة فى أسواق احتكار القلة إلى التكتل[١] من خلال تكوين تنظيمات احتكارية والانضمام إليها، بقصد تحقيق أهداف ثلاثة هى:

١) التقليل من حدة التنافس بين المنشآت لخلق موقف احتكارى فى السوق لتحقيق زيادة فى الأرباح المحققة لجميع المنشآت.

٢) تقليل درجة عدم التأكد التى تواجه المنشآت فى السوق، وخاصة عندما يصعب توقع رد فعل المنشآت الأخرى، إذ أن التكتل سيؤدى إلى إقلال احتمال اتخاذ إحدى المنشآت قرارات تضر بالمنشآت الأخرى.

٣) إمكان إغلاق الباب أمام دخول مشروعات جديدة فى مجال الإنتاج فى الصناعة، إذ أن تكتل المنشآت العاملة فى الصناعة سيمكنها من وضع العراقيل والحواجز أمام المنشآت الجديدة التى تحاول دخول الصناعة.

يمكن تقسيم حالات أسواق احتكار القلة وفقاً لدرجة التكتل بين المنشآت العاملة فى سوق احتكار القلة إلى ثلاثة حالات رئيسية هى:

---

(١) يجب التفرقة هنا بين "التكتل" و"الإندماج" حيث أن الاندماج يعني انتهاء الشخصية المعنوية والمادية لمجموعة منشآت لتكوين منشأة جديدة ذات حجم أكبر لها شخصية معنوية جديدة، بعكس "التكتل" حيث تظل الشخصية المعنوية والمادية للمنشآت قائمة ومستقلة، بينما تنشأ هيئة لها شخصية معنوية مستقلة تنسق سلوك المنشآت.

- التكتل الكامل (الكارتل).
- التكتل غير الكامل (القيادة السعرية).
- السلوك المستقل.

٣-١ : التكتل الكامل (الكارتل Cartel) :

الكارتل عبارة عن تنظيم اقتصادى ينضم إليه جميع المنشآت العاملة فى الصناعة، وينشأ الكارتل عن اتفاق صريح بين المنتجين العاملين فى الصناعة. وفى معظم الدول المتقدمة لايسمح القانون بقيام هذه التنظيمات الاحتكارية، بينما توجد صورها المختلفة فى دول أخرى.

وفى مثل هذه الاتفاقيات الاحتكارية يتم الإتفاق على نقل بعض القرارات الإدارية ووظائف المنشآت الفردية إلى "هيئة مركزية" تمثل الشخصية المعنوية للكارتل، بهدف زيادة الأرباح للمنشآت الأعضاء فى الكارتل. وتختلف الوظائف والسلطات التى توافق المنشآت على نقلها إلى الهيئة المركزية للكارتل حسب طبيعة الكارتل ونوعه. ويمكن التمييز بين نموذجين للكارتل.

٣-١-١ : الكارتل المركزى Centerlized Cartel :

وفيه تقوم "الهيئة المركزية" للكارتل باتخاذ جميع القرارات المتعلقة بتحديد الإنتاج والأسعار وتوزيع الأرباح، ويكون للهيئة المركزية الرقابة الكاملة على المنشآت الأعضاء. ويكون للهيئة المركزية الوظائف التالية :

١) تحديد حصص الإنتاج للمنشآت الأعضاء فى الكارتل.
٢) تحديد أسعار البيع فى السوق.
٣) تتولى الهيئة المركزية للكارتل تسويق السلعة نيابة عن المنشآت الأعضاء.
٤) تتولى الهيئة المركزية للكارتل توزيع الأرباح على المنشآت الأعضاء.

ويتم صياغة السياسات التى ينتهجها الكارتل من خلال تبادل الآراء

والمفاوضات بين المندوبين الممثلين للمنشآت الأعضاء فى الكارتل، ولايشترط أن يكون تأثير المنشآت على سياسة الكارتل متناسب مع تمثيلها فى الهيئة المركزية، إذ أن الحجم الاقتصادى للمنشأة فى الصناعة ونفوذها هو وحده الذى يؤثر فى سياسات كارتل. وقد لايتحقق هذا النموذج المثالى فى الواقع العملى، إلا أن هناك بعض الصناعات التى تعمل فى ظروف قريبة أو مماثلة لذلك.

٣-١-٢ : كارتل إقتسام السوق Market - Sharing Cartel:

يكون تنظيم هذا النوع من الكارتل أضعف وأقل تماسكاً من الكارتل المركزى. وفى كارتل إقتسام السوق يقوم المنتجون بالإتفاق على تحديد نصيب كل منهم فى السوق، وقد تكون الأنصبة السوقية موزعة علي أساس كمي، أو علي أساس جغرافي. وفي الحالة الأولي يتم تقدير الطلب الكلي علي المُنتَج علي مستوي الدولة، ويتم تحديد نصيب كل منشأة من هذا الطلب، دون التقييد بتقسيم جغرافي متفق عليه. وفي الحالة الثانية يتم تقسيم السوق الكلي للدولة إلي مناطق جغرافية، وتخصص لكل منشأة منطقة جغرافية معينة تلتزم بالبيع فيها فقط، وهنا لايكون من الضروري تحديد كمي لحصص الإنتاج لكل منشأة. ويمكن أن يشمل الاتفاق كذلك التفاهم على الأسعار التى تبيع بها المنشآت الأعضاء، وفى حالات عديدة لايشتمل الاتفاق بالضرورة التفاهم على الأسعار التى تبيع بها المنشآت الأعضاء، وتقوم المنشآت الأعضاء بتسويق منتجاتها بنفسها مع مراعاة الاتفاقات المعقودة بينها.

٣-٢ : التكتل غير الكامل (القيادة السعرية Price Leadership):

تنشأ حالات التكتل غير الكامل عن ترتيبات غير رسمية أو اتفاقيات ضمنية أو اتفاقيات عرفية، فيما يتعلق بالأسعار والإنتاج ونصيب المنشأة فى السوق بين المنشآت العاملة فى سوق احتكار القلة، وقد تلجأ المنشآت إلى

هذه الترتيبات غير الرسمية للتهرب من تطبيق القوانين التى تحرم الاتفاقيات الاحتكارية الرسمية(١)، وهناك ثلاثة نماذج من الترتيبات غير الرسمية للقيادة السعرية، هى :

١- القيادة السعرية لمنشأة معيارية Barometric -Firm :

فى هذه الحالة تصبح منشأة واحدة محددة للسعر Price-Setter **لأنها** بمرور الزمن تنجح فى سياساتها السعرية، وتكون المنشآت الأخرى على استعداد لاتباع السياسات السعرية لتلك المنشأة بدلاً من أن تقوم بتحديد الأسعار بنفسها، لأن ذلك يوفر لتلك المنشآت الوقت والتكاليف بالإضافة إلى تقليل المخاطرة وعدم التأكد التى تواجهها تلك المنشآت فى السوق. ومن غير الضرورى أن تكون المنشأة المعيارية هى منشأة كبرى فى السوق أو المنشأة الأقل تكلفة فى الصناعة. ولكن يجب أن يكون لدى المنشأة المعيارية سجل كامل بالعمليات الناجحة التى تقوم بها حتى تتمكن من الاستمرار فى القيادة السعرية للسوق.

٢- القيادة السعرية للمنشأة الأقل تكلفة فى الصناعة Low-Cost Firm:

يتحقق ذلك النموذج عندما تتمتع منشأة واحدة فى الصناعة بمزايا نسبية من حيث التكاليف، بحيث تكون تكاليف هذه المنشأة هى الأقل بالنسبة لجميع المنشآت العاملة فى الصناعة، ومن ثم فإن السعر الذى يعظم أرباح تلك المنشأة سيكون أقل من السعر الذى يعظم أرباح المنشآت الأخرى.

٣- القيادة السعرية للمنشأة المسيطرة Dominant Firm :

المنشأة المسيطرة هى عادة منشأة كبرى تسيطر على الصناعة، وتحدد هذه المنشأة الكبرى السعر الذى يسود الصناعة وتسمح للمنشآت الصغرى الأخرى ببيع ما تريده عند هذا السعر كما لو كانت تعمل فى ظل المنافسة الكاملة.

---

(١) حيث أن قوانين منع الاحتكار تمنع وتجرم مثل هذه الاتفاقيات.

٣-٣ : السلوك المستقل للمنشآت العاملة فى سوق منافسة القلة:

عندما لاتتمكن المنشآت العاملة فى الصناعة التى تسودها ظروف احتكار القلة من الاتفاق على أى شكل من أشكال التكتل والتضامن، فإن كل منشأة ستحدد سياستها بالنسبة للأسعار والإنتاج بصورة مستقلة عن المنشآت الأخرى.

وقد يؤدى هذا السلوك إلى نشوب حرب الأسعار بين المنشآت عندما تتخذ ردود أفعال المنافسين توجهات إنتقامية. حيث ستقابل أى محاولة من أى منشأة لتخفيض السعر (فى محاولة لزيادة حصتها فى السوق) بإجراء مماثل من المنتجين الأخرى،... ما قد يؤدى فى النهاية إلى إنهيار الصناعة.

وقد تكتسب المنشآت بمرور الزمن الخبرة والدراية التى تمكنها من التنبؤ بردود أفعال المنشآت المنافسة لها تجاه ما تتخذه من قرارات. وبالتالى تتفادى القيام بأى نشاط يمكن أن يؤدى إلى نشوب حرب أسعار فى الصناعة. وقد تقنع إدارة كل منشأة بمستويات الأسعار للإنتاج الحالية. وما تحققه من أرباح، وبالتالى تفضل الإبقاء على الأوضاع الحالية، وتتجنب القيام بأى نشاط يمكن أن يؤدى إلى نشوب حرب أسعار فى الصناعة، ويطلق على هذه الحالة "جمود الأسعار".

٤ : توازن المنشأة فى الأجل القصير:

سيتم تحليل أهداف الربحية للمنشأة العاملة فى سوق احتكار القلة فى ضوء افتراض أساسى، وهو افتراض وجود نموذج "احتكار القلة البحت" لتبسيط التحليل، ومن ثم فإن التحليل سيتم فى ضوء :

- افتراض أن المنشآت العاملة فى سوق احتكار القلة تنتج سلعة متجانسة.
- **افتراض أن السلعة التى تنتجها المنشآت العاملة فى سوق احتكار القلة تباع فى السوق بسعر واحد.**

ويمكن تحليل توازن المنشأة إذا كانت تعمل في إطار نموذج من نماذج التكتل سواء كان تكتل كاملاً "كارتل" أو تكتل غير كامل، وكذلك في إطار نموذج السلوك المستقل، وفي هذا المستوي سيتم التعرض لأشهر تلك النماذج وهو نموذج التكتل الكامل مع ترك باقي النماذج إلي مستوي أعلى من الدراسة.

٤-١: التوازن فى نموذج الكارتل:

سيتم تحليل التوازن للمنشأة والصناعة في نموذج الكارتل المركزي، وكذلك في نموذج كارتل إقتسام السوق، علي النحو التالي:

٤-١-١: التوازن فى نموذج الكارتل المركزى:

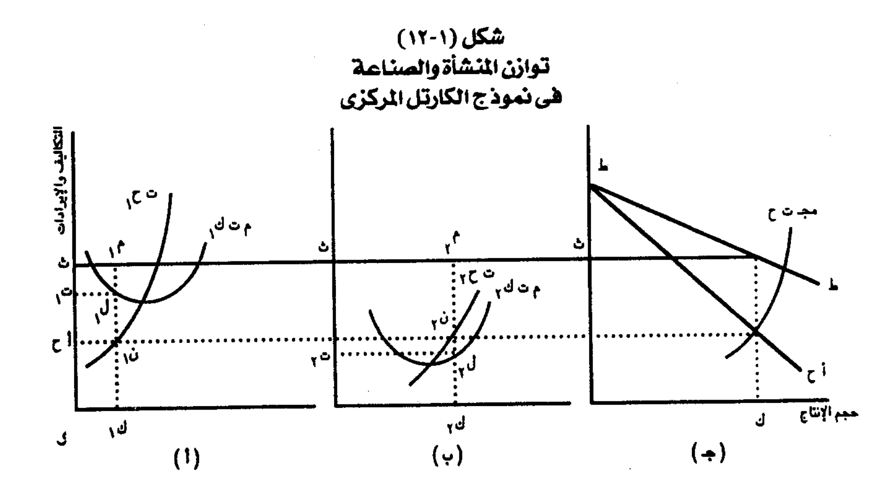
لتحليل توازن المنشأة فى نموذج الكارتل المركزى نفترض أن المنشآت الفردية قد خولت سلطات اتخاذ قرار السعر والإنتاج إلى هيئة مركزية. وتقوم الهيئة المركزية بتعظيم أرباح الصناعة. وهنا يتحدد التوازن كما فى نموذج المنتج المحتكر، وذلك لأن الهيئة المركزية تتخذ جميع القرارات الخاصة بالصناعة ككل. ويتحدد أقصى ربح للصناعة عندما يتعادل الإيراد الحدى مع التكلفة الحدية (أ ح = ت ح)، وعند هذه النقطة يتحدد حجم الإنتاج للصناعة ويتحدد كذلك سعر البيع، ويتم توزيع حصص الإنتاج على المنشآت الأعضاء فى الكارتل بحيث تتساوى التكلفة الحدية لجميع المنشآت عند إنتاج حصتها من السلعة، ولايترتب على أى توزيع آخر إقلال تكلفة الصناعة إلى أدنى حد ممكن.

ويواجه الهيئة المركزية منحنى طلب الصناعة على السلعة (ط ط) ويمكن اشتقاق منحنى الإيراد الحدى كما فى حالة المنتج المحتكر (أ ح). وهو ينصف المسافة المحصورة أسفل منحني الطلب (ط ط) ويتم اشتقاق منحنى التكلفة الحدية (مجـ ت ح) للصناعة عن طريق الجمع الأفقى لمنحنيات التكلفة الحدية للمنشآت الأعضاء فى الكارتل المركزى. كما يتضح من الشكل (١- ١٢).

وفى الشكل (١-١٢) افترضنا أن الكارتل المركزى يتكون من منشأتين فقط (أ، ب) وأن تكاليف الإنتاج فى المنشأتين مختلفة حيث تكون تكاليف الإنتاج فى المنشأة (أ) مرتفعة عن تكاليف الإنتاج فى المنشأة (ب). وقد تم اشتقاق منحنى التكلفة الحدية للصناعة (مجـ ت ح) بجمع منحنيات التكاليف الحدية للمنشأتين (أ، ب) أى أن (مجـ ت ح = ت ح ١ + ت ح ٢). ويحقق الكارتل أقصى ربح ممكن عندما يتقاطع منحنى (مجـ ت ح) مع منحنى (أ ح) عند النقطة (ن) فى الجزء (جـ) من الشكل (١-١٢)، وذلك عند الكمية (و ك) والسعر (و ث).

وحتى يمكن تحديد حصص الإنتاج للمنشأتين (أ، ب) الأعضاء فى الكارتل، فسيتم تحديد حصة الإنتاج للمنشأة عند ذلك الحجم من الإنتاج الذى تتعادل عنده (ت ح) للمنشأة مع الإيراد الحدى للصناعة (أ ح).

وبالنسبة للمنشأة (أ) يتعادل (أ ح) للصناعة مع التكلفة الحدية للمنشأة (ت ح١) عند النقطة (ن١) وتكون الكمية المنتجة هى (و ك١). وتكون الأرباح المتحققة للمنشأة (أ) الفرق بين السعر (ث) والتكلفة المتوسطة (ت١)، ويمثل متوسط ربح الوحدة المنتجة المستطيل (ت ١ ل١ م ١ ث)، ويعادل إجمالى



شكل (١-١٢)
توازن المنشأة والصناعة
فى نموذج الكارتل المركزى

ربح المنشأة (أ) الكمية المنتجة مضروبة فى متوسط ربح الوحدة (و ك١ × ت١ ل١ م ١ ث). وبالنسبة للمنشأة (ب) يتعادل (أ ح) للصناعة مع التكلفة الحدية للمنشأة (ت ح ٢) عند النقطة (ن ٢) وتكون الكمية المنتجة هى (و ك ٢) وتكون الأرباح المتحققة للمنشأة (ب) الفرق بين السعر (ث). التكلفة المتوسطة (ت ٢)، ويمثل متوسط ربح الوحدة المنتجة المستطيل (ت ٢ ل٢ م ٢ ث). ويعادل إجمالى ربح المنشأة (أ) الكمية المنتجة مضروبة فى متوسط ربح الوحدة. ويلاحظ أن مجموع الكميات المنتجة فى المنشأتين (أ، ب) هى الكمية المنتجة فى الكارتل (و ك = و ك١ + و ك ٢)، ويكون إجمالى ربح الصناعة أو الكارتل المركزى هو مجموع ربح المنشأتين الأعضاء [(و ك ١ × ت ١ ل ١ م ١ ث) + (و ك ٢ × ت ٢ ل ٢ م ٢ ث)].

٤-١-٢: كارتل أقتسام السوق:

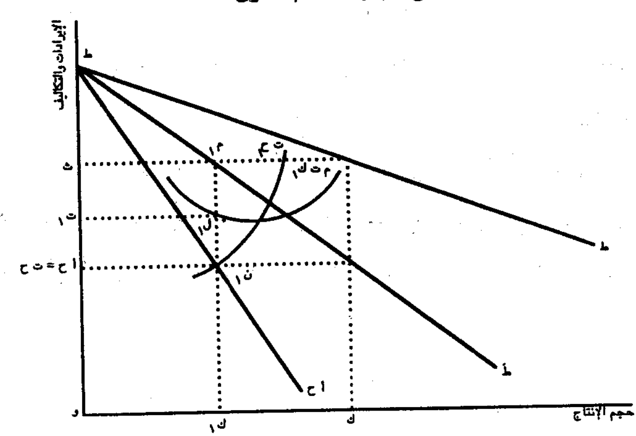
لتبسيط تحليل توازن المنشأة فى كارتل اقتسام السوق سنفترض أن الصناعة مكونة من منشآتين فقط، وأن تكاليف الإنتاج فى المنشآتين متساوية، وتم الإتفاق على اقتسام السوق مناصفة بين المنشآتين.

ويوضح الشكل (٢-١٢) توازن المنشأة، حيث يكون منحنى الطلب الذى يواجه الصناعة هو (ط ط) ويترتب على اقتسام السوق مناصفة أن يكون منحنى الطلب الذى يواجه المنشأة نصف المسافة المحصورة أسفل منحنى (ط ط) ويكون منحنى الطلب الذى يواجه المنشأة هو (طَ ط)، ويتم اشتقاق منحنى الإيراد الحدى للمنشأة بنفس الطريقة للمنتج المحتكر ليكون (أ ح) وهو نصف المسافة أسفل منحنى طلب المنشأة (طَ ط).

ويتحقق توازن المنشأة عند النقطة (ن ١) حيث يتعادل (أ ح) مع (ت ح١)، وتكون الكمية المنتجة لهذه المنشأة هى (و ك١) ويكون سعر البيع فى السوق (و ث). ويكون متوسط ربح الوحدة المنتجة الفرق بين السعر (ث) والتكلفة المتوسطة (ت١) ويمثله المستطيل (ت١ ل١ م ١ ث)، ويعادل إجمالى الربح

المتحقق للمنشأة الكمية المنتجة مضروبة فى متوسط ربح الوحدة (و ك١ × ت١ك١ م١ ث).

شكل رقم (٢-١٢)
توازن المنشأة والصناعة
فى نموذج كارتل اقتسام السوق



وتكون الكمية المنتجة بالكامل فى الصناعة عند السعر (و ث) هى الكمية المقابلة لهذا السعر على منحنى الطلب الكلى للصناعة (ط ط) وهى الكمية (و ك) وهى ضعف الكمية المنتجة فى المنشأة (و ك١).

ويلاحظ أنه وفقاً للافتراضات السابقة تم تحديد السعر وحجم الإنتاج ومستوى أرباح المنشأة بنفس الأسلوب الذى يتبعه المنتج المحتكر. ولكن هناك عوامل عديدة تحول دون إنتاج الصناعة التى تعمل تحت ظروف كارتل اقتسام السوق للكمية التى ينتجها المحتكر الفردى، ومن هذه العوامل:

١) اختلاف تكاليف الإنتاج من منشأة لأخرى لأنه نادراً ما تكون تكاليف منشأة متساوية مع تكاليف منشأة أخرى.
٢) اختلاف وتعارض المصالح بين المنشآت الأعضاء فى كارتل اقتسام السوق، قد يؤدى إلى تعدى بعض المنشآت على نصيب منشآت أخرى أعضاء بزيادة الكميات التى تنتجها عند الأسعار المحددة.

٣) دائماً تكون هناك دوافع قوية تدفع بعض المنشآت إلى الانسحاب من الكارتل والعمل مستقلة للتخلص من القيود المفروضة عليها وزيادة أرباحها.

٤) ليس من الضرورى أن يتم اقتسام السوق على أسس متساوية بين المنشآت الأعضاء فى الكارتل (كما تم اقتسام السوق مناصفة بين المنشأتين الأعضاء فى الكارتل فى الحالة موضع التحليل).

فقد تحصل المنشآت الكبيرة على نصيب من السوق يفوق بكثير نصيب المنشآت الأقل حجماً. وقد يتم اقتسام السوق على أساس إقليمى، حيث تخصص منطقة جغرافية معينة لكل منشأة.

وفى هذه الحالات تظهر صعوبات ومشاكل عديدة تواجه المنشآت نتيجة:

- اختلاف مرونات الطلب عند مستويات الأسعار الممكنة.
- اختلاف تكاليف الإنتاج الخاصة بالمنشآت.
- اختلاف مستوى الدخل بين المناطق المختلفة.
- التداخل بين المناطق الجغرافية وبعضها، مما قد يؤدى إلى قيام المنافسين بالبيع فى المناطق المخصصة للمنتجين الأخرى.

ويترتب على جميع هذه العوامل أن تكون عملية تحديد السعر والإنتاج ومستوى الأرباح للمنشأة أقل وضوحاً وأقل تحديداً عما هو عليه فى النموذج السابق، بل وقد تصبح هذه العملية أكثر تعقيداً.

٥ : منحنى الطلب المنكسر والسلوك المستقل للمنشآت :

يعد نموذج منحنى الطلب المنكسر من أشهر نماذج احتكار القلة، وقد صاغ هذا النموذج Paul Sweezy ، وتم تطوير هذا النموذج ليعبر عن حالة "الجمود السعرى" التى تسود أسواق احتكار القلة. ويتم تحليل هذا النموذج فى ضوء الافتراضات التالية :

١) يجب أن تكون الصناعة ناضجة ويسودها سعر أو مجموعة من

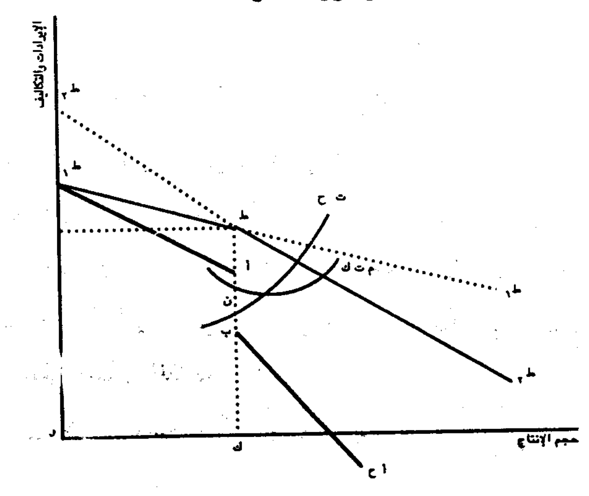
الأسعار تحقق ربحاً مرضياً لجميع المنتجين. وليس من الضرورى أن تكون السلعة المنتجة متجانسة حيث ينطبق التحليل أيضاً حالة السلع المميزة.

٢) إذا قامت إحدى المنشآت بخفض السعر سوف تتبعها المنشآت الأخرى فى ذلك وربما تخفض السعر لمستوى أقل للمحافظة على أنصبتها فى السوق. ومن ثم فإنه فى حالة تخفيض السعر سيكون هدف المنشأة الفردية المحافظة على نصيبها فى السوق، وقد تعجز فى تحقيق ذلك.

٣) إذا قامت إحدى المنشآت برفع السعر فلن تتبعها المنشآت الأخرى فى ذلك. ومن ثم سيتحول عملاء المنشأة التى رفعت السعر إلى المنشآت الأخرى، ويكون نتيجة ذلك تناقص (أو ربما تلاشى) نصيب تلك المنشأة من السوق.

ويمكن تحليل توازن المنشأة من خلال "نموذج منحنى الطلب المنكسر" من خلال الشكل رقم (٣-١٢).

شكل رقم (٣-١٢)
نموذج منحنى الطلب المنكسر وحالة الجمود السعرى فى سوق احتكار القلة



فإذا كان السعر المتعارف عليه بالنسبة لجميع المنشآت العاملة فى سوق احتكار القلة هو السعر (و ث)، فسيكون منحنى الطلب ممثلاً بالخط المنكسر (ط ١ ط ط ٢). فإذا خفضت المنشأة سعرها فستتبعها المنشآت الأخرى فى ذلك ولن تحصل إلا على نصيبها السابق فى السوق، وتواجه المنشأة عند الأسعار التى تقل عن (و ث) الجزء (ط ٢ ط) من منحنى الطلب (ط ٢ ط ٢) الذى تقترب مرونته عند الأسعار المختلفة من مرونة منحنى الطلب فى السوق. ولكن إذا قامت المنشأة برفع سعرها فلن تتبعها المنشآت الأخرى فى ذلك وتفقد المنشأة جزء من نصيبها فى السوق ويواجه المنشأة عند الأسعار التى تزيد عن السعر (و ث) الجزء (ط ١ ط) من منحنى الطلب (ط ١ ط١). الذى تزيد مرونته عند الأسعار المختلفة عن مرونة منحنى الطلب فى السوق. وبذلك يكون منحني الطلب (ط ١ ط ط ٢) منكسراً عند السعر (و ث) وهو السعر الذي استقرت عليه المنشآت في الصناعة ولاترغب في تغييره عادة.

ويتم اشتقاق منحني الإيراد الحدي بنفس الأسلوب في سوق الاحتكار الكامل، حيث ينصف المسافة أسفل منحني الطلب. ولكن يترتب علي انكسار منحني الطلب أن يكون منحني الإيراد الحدي غير مستمر عند حجم الإنتاج (و ك) ويتكون من جزئين غير متصلين[1].

وفي الشكل (٣-١٢) يمثل المنحني (م ت ك) التكلفة المتوسطة للمنشأة والمنحنى (ت ح) التكلفة الحدية للمنشأة. ويتحقق توازن المنشأة عند النقطة (ن) حيث يقطع منحنى التكلفة الحدية منحنى الإيراد الحدى (أ ح = ت ح)

(١) يمكن تفسير طبيعة منحني الإيراد الحدي المتقطع باستخدام مفهوم مرونة الطلب فإذا كان منحني الطلب مستمر فستتغير المرونة عند الانتقال من أعلي لأسفل علي منحني الطلب.

وحيث أن أ ح = ث -

فإننا سنجد أنه عندما ينكسر منحني الطلب عند النقطة ط فإن م ط عند حجم الإنتاج الأقل من و ك ستكون أعلي من مرونة الطلب عند حجم الإنتاج الأكبر من وك. وهذا يفسر انخفاض الإيراد الحدي بشدة عند هذه النقطة.

فى الجزء المتقطع من (أ ح). وتحقق المنشأة أقصى ربح ممكن بإنتاج حجم لإنتاج (و ك) ويكون سعر البيع السعر السائد (و ث).

وإذا ارتفعت تكاليف الإنتاج فى المنشأة بسبب ارتفاع أسعار خدمات عناصر الإنتاج، أو إذا انخفضت تكاليف الإنتاج فى المنشأة، فلن تغيير المنشأة من خططها طالما استمر تحقق تعادل (ت ح) مع (أ ح) فى الجزء المتقطع من منحنى (أ ح). وبالتالى سيظل حجم الإنتاج (و ك) والسعر (و ث) ثابتين.

أما إذا ارتفعت تكاليف الإنتاج فى المنشأة بحيث يقطع منحنى (ت ح) منحنى (أ ح) فى جزءه المتصل العلوى (ط ١ أ) فستخفض المنشأة من حجم إنتاجها وترفع من سعرها. وإذا انخفضت تكاليف الإنتاج فى المنشأة بحيث يقطع منحنى (ت ح) منحنى (أ ح) فى جزءه المتصل أسفل النقطة ب فستزيد المنشأة من حجم إنتاجها وتخفض سعرها.

أما إذا ظلت تكاليف الإنتاج ثابتة انتقل منحنى السوق المنكسر على السلعة إلى اليمين مع بقاءه منكسراً عند السعر (و ث). وأن منحنى التكلفة الحدية يقطع الإيراد الحدى فى الجزء المتقطع فستزيد المنشأة من إنتاجها ويظل السعر ثابت. وإذا حدث العكس وظلت التكاليف ثابتة وانتقل منحنى الطلب المنكسر إلى اليسار مع بقاءه منكسراً عن السعر (وث). وأن منحنى التكلفة الحدية يقطع الإيراد الحدى فى الجزء المتقطع فستخفض المنشأة من حجم إنتاجها ويظل السعر ثابتاً.

الفصل الثالث عشر
قرارات تحديد السعر والناتج
والربحية للمنشأة في سوق المنافسة الاحتكارية

يتميز سوق المنافسة الاحتكارية بوجود عدد كبير من المنشآت، عادة تكون منشآت صغيرة الحجم، بحيث لاتؤثر سياسة إحدى المنشآت تأثيراً ملموساً بصورة مباشرة فى سياسة منشأة أخرى تقوم بإنتاج سلعة متشابهة. كما تتميز سوق المنافسة الاحتكارية بعدم تجانس المنتجات بين المنشآت المكونة للصناعة ، أي أن هناك تمايز لمنتجات المنشآت العاملة في سوق المنافسة الاحتكارية، ولكن يعد مُنتَّج كل منشأة بديل قريب لمنتج المنشآت الأخرى[1]. وبالتالى تتمتع كل منشأة ببعض القوة الاحتكارية بما يمكنهم من فرض أسعار متباينة للأصناف المختلفة من السلعة الواحدة، ولكن تكون الأسعار قريبة من بعضها للفئة الواحدة من السلعة الواحدة. ومن أمثلة الصناعات التى تخضع لظروف المنافسة الاحتكارية صناعات السجائر والصابون والأحذية والملابس الجاهزة، والمطاعم... وغيرها.

ويصعب تعريف الصناعة فى سوق المنافسة الاحتكارية فبينما تكون حدود الصناعة واضحة عندما يكون المُنتَّج متجانس بالنسبة لجميع المنشآت العاملة فى الصناعة كما فى حالة المنافسة الكاملة والاحتكار الكامل واحتكار القلة التام. ولكن فى حالة المنافسة الاحتكارية فلا يمكن جمع كافة المنتجات

---

(١) تختلف سوق المنافسة الاحتكارية عن سوق منافسة القلة المميزة في مدي تأثير سلوك المنشأة الفردية علي سلوك المنشآت الأخري.

وأن كانت سوق المنافسة الاحتكارية تشبه سوق المنافسة الكاملة في كبر عدد المنتجين، إلا أن تميز المنتج في سوق المنافسة الاحتكارية بالمقارنة بوجود سعر واحد فقط للمُنتج في سوق المنافسة الكاملة، مما يجعل منحني الطلب علي مُنتج المنشأة تام (لانهائي) المرونة في سوق المنافسة الكاملة، بينما يكون منحني الطلب علي مُنتج المنشأة في سوق المنافسة الاحتكارية كبير المرونة، ولكنه لا يصل أن يكون تام المرونة.

المميزة (برغم أنها بدائل قريبة) وتمثيلها على محور واحد للكميات، ومن ثم يصعب استخدام التمثيل البياني لمنحنيات الطلب والعرض للصناعة فى مجموعها، هذا بالإضافة إلى أن أسعار الأصناف المختلفة من المنتج (برغم أنها بدائل قريبة) ستكون مختلفة وفقاً لتقدير المستهلكين للمميزات النسبية لكل صنف.

لذلك فإنه فى تحليل سوق المنافسة الاحتكارية يستعاض عن التصنيف حسب الصناعة، بتصنيف آخر حسب المجموعة السلعية (أو مجموعة المُنتَّج) Product group حيث يتم تجميع جميع المنشآت التى تنتج منتجات تمثل بدائل قريبة فى مجموعة سلعية واحدة[1].

١ : طبيعة سوق المنافسة الاحتكارية:

تعتبر سوق المنافسة الاحتكارية أقرب لخصائص سوق المنافسة الكاملة منها لسوق الاحتكار، وبتحليل المحددات الأربعة لدرجة تنافسية السوق التى تخضع لقواعد المنافسة الاحتكارية، نلاحظ أن سوق المنافسة الاحتكارية تتميز بالآتى :

١) عدد كبير نسبياً من البائعين وعدد كبير جداً من المشترين[2] :

حيث يوجد عدد كبير من المنشآت التى تعمل فى سوق المنافسة الاحتكارية، ولكن هذا العدد أقل بصفة عامة من عدد المنشآت التى تعمل فى سوق المنافسة الكاملة. ولايشترط أن يكون هذا العدد ١٠٠٠ أو ١٠٠٠٠ منشأة تعمل بالصناعة، ولكن ربما يكون ٣٠ أو ٤٠ أو ١٠٠ منشأة لهم نفس الحجم تقريباً. ومن المهم أن تقوم كل منشأة بإنتاج حصة صغيرة من حجم

---

(١) فمثلاً يمكن تجميع معجون الأسنان مع مساحيق تنظيف الأسنان مع السوائل المطهرة أو المنظفة للفم في مجموعة سلعية واحدة.

(٢) عندما نواجه حالة سوق بها عدد كبير نسبياً من المشترين في مواجهة عدد كبير جداً من المنتجين، يطلق عليها سوق منافسة احتكارية في جانب الشراء Monopsonistic Competition

الإنتاج الكلى المعروض فى السوق من المُنتَّج. وبالتالى لايكون لأى من تلك المنشآت قدر كبير من حرية التصرف فى تحديد السعر، وتميل أسعار المُنتَّجات فى المنشآت المختلفة إلى التقارب إلى حد بعيد، ولكنها لاتصل إلى البيع بسعر واحد كما هو الحال فى المنافسة الكاملة.

٢) تمايز المُنتَّجات :

إن أهم ما يميز سوق المنافسة الاحتكارية أن المنشآت العاملة فى الصناعة تنتج مُنتَّجات متمايزة عن بعضها، وقد يكون هذا التمايز باختلافات مادية حقيقية، أو بالعلامة والأسم التجارى، أو بالتعبئة والتغليف، أو بالماركة المسجلة، أو أية ملامح أخرى تسمح للمستهلك بأن يفرق بين مُنتَّج منشأة وأخرى، وتجعله يفاضل بين تلك المُنتَّجات.

٣) درجة عالية من الحرية لانتقال عناصر الإنتاج :

يكون الدخول إلى والخروج من الصناعة فى سوق المنافسة الاحتكارية أسهل نسبياً ويكون وضعاً معتاداً، وتكون القيود على دخول الصناعة قليلة جداً، ويسهل التعامل معها، وفى العادة تكون قيود مفروضة بواسطة الحكومة مثل التراخيص الصحية... وغيرها، كما أن رأس المال المطلوب لتلك المشروعات يكون غير ضخم مما يساعد فى سهولة تكوين منشآت جديدة ودخولها للعمل فى هذه الصناعة.

٤) معرفة كاملة تقريباً بظروف السوق :

تمتلك المنشآت فى سوق المنافسة الاحتكارية معلومات كاملة تقريباً حول العوامل المؤثرة فى السوق والتى قد تؤثر على القرارات داخل المنشأة. حيث تمتلك جميع المنشآت نفس الحرية والقدرة على الوصول إلى القاعدة التكنولوجية الحالية، وتمتلك القدرة على الحصول على معلومات متساوية حول طلب السوق على مُنتَّجاتهم من خلال الاتحادات التجارية والمطبوعات الحكومية الخاصة، وتمتلك جميع المنشآت قدر معقول من المعرفة بالأسعار

التى تفرضها المنشآت المنافسة، وكذلك مستوى إنتاج أو مبيعات المنشآت الأخرى.

٢: إيرادات المنشأة فى سوق المنافسة الاحتكارية:

ينطبق على إيرادات المنشأة فى سوق المنافسة الاحتكارية نفس أشكال منحنيات الإيراد التى تنطبق على المنشأة فى سوق الاحتكار الكامل، وقد سبق توضيح ذلك.

٣: الطلب على منتج المنشأة والصناعة فى سوق المنافسة الاحتكارية:

تختلف ظروف الطلب فى سوق المنافسة الاحتكارية عنها فى هياكل الأسواق الأخرى. حيث يترتب على اختلاف أصناف السلعة الواحدة إلى تفضيل المستهلكين التعامل مع أحد المنتجين دون غيره، ومن ثم يصبح منحنى الطلب على مُنتَّج كل منشأة منفصلاً عن الطلب على منتجات المنافسين. وذلك لأنه حيث توجد الفروق فى منتجات المنشآت المختلفة، فسيكون لكل منشأة مجموعة من المشترين الذين يفضلون لسبب أو لآخر مُنتَّج تلك المنشأة بالذات وسوف لاينصرفون عنها حتى ولو رفعت هذه المنشأة سعر مُنتَّجها فوق المستوى العام لسعر المُنتَّج فى السوق. وسيكون منحنى الطلب على مُنتَّج المنشأة فى سوق المنافسة الاحتكارية غير تام المرونة.

فلو خفضت المنشأة سعر مُنتَّجها فإنها سوف تكسب جزء من الطلب على منتجات المنشآت الأخرى، ولكن سيكون انخفاض طلب المنشآت الأخرى محدود أو غير ملموس، لأن هذا الأثر سيكون موزعاً على عدد كبير من المنشآت. ولو رفعت المنشأة من سعر مُنتَّجها فسوف تفقد جزء من الطلب على منتجها (وليس كل الطلب)، ليزداد الطلب على مُنتَّجات المنشآت الأخرى، ولكن ستكون زيادة طلب المنشآت الأخرى محدودة وغير ملموسة، لأن هذا الأثر سيكون موزعاً على عدد كبير من المنشآت.

فإذا أفترضنا أنه عندما كان سعر مُنتَّج المنشأة فى السوق ١٠ جنيه للوحدة كان عدد المشترين لهذا المُنتَّج ١٠,٠٠٠ مشترى، فإذا رفعت المنشأة سعر هذا المُنتَّج ليصبح ١١ جنيه للوحدة، فقد ينصرف عنها بعض المشترين[1]، وليس جميعهم إلى المنشآت الأخرى التى تنتج منتجات بديلة ولنفرض أن عدد المشترين سينخفض ليصبح ٨٠٠٠ مشترى. وإذا رفعت المنشأة السعر مرة أخرى فإنها ستفقد مجموعة جديدة من المشترين،.... وهكذا. إلا أننا سنجد أن هناك مجموعة من المشترين سيظلوا مرتبطين بمُنتَّج هذه المنشأة مهما ارتفع سعره، وليكن ٤٠٠ مشترى مثلاً، أي أن المنشأة لايمكن أن تفقد سوقها كلية. والعكس فلو خفضت المنشأة سعر منتجها إلى ٩ جنيه للوحدة مثلاً، فإنها ستجذب عدداً من المشترين (الأقل ارتباطاً بمنتجات المنشآت الأخرى)، ولكن لن ينجذب إليها جميع المشترين الذى يشترون منتجات المنشآت الأخرى، وسيصبح عدد المشترين لمُنتَّج المنشأة التى خفضت سعرها ١٢٠٠٠ مشترى مثلاً.

وهنا تجدر ملاحظة أن تأثر المنشآت الأخرى بالسياسة السعرية للمنشأة سيكون محدوداً وغير ملموس، فعندما رفعت المنشأة سعرها فقدت ٢٠٠٠ مشترى، ولكنهم لايذهبون جميعاً لشراء منتج منشأة أخرى بعينها، إذ أنهم سيتوزعون لشراء منتجات بديلة من عدة منشآت مختلفة. وعندما خفضت المنشأة سعرها انجذب إليها ٢٠٠٠ مشترى، ولكنهم لايمثلون زبائن لمنشأة واحدة بعينها، إذا أنهم يمثلون زبائن لعدد كبير من المنشآت الأخرى.

وبناء على التحليل السابق يمكن التمييز بين نوعين من منحنيات الطلب التى تواجه المنشأة فى سوق المنافسة الاحتكارية، يوجد منحنى طلب ط ط يمثل الكميات التى تبيعها كل منشأة عند الأسعار المختلفة. ويمثل هذا

---

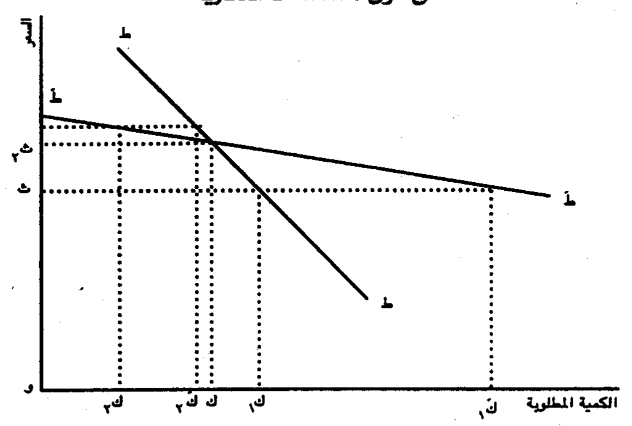
(١) يلاحظ أن المشترين الذي ينصرفون عن مُنتَّج المنشأة التي رفعت سعرها هم هؤلاء المشترين الأقل ارتباطاً بهذا المُنتَّج والأقل ولاءاً للمنشأة.

المنحنى نصيب المنشأة من السوق حيث يتم تقسيم الطلب الكلى فى السوق على نفس المجموعة السلعية على جميع المنشآت المنتجة لهذه المجموعة، ويطلق على منحنى الطلب ط ط "منحنى طلب حصة السوق" بالنسبة للمنشأة الواحدة. ويستند هذا المنحنى إلى افتراض أن كافة المنشآت ستقوم بتغيير أسعارها فى نفس الاتجاه، ولايرجع ذلك لتأثرها مباشرة بالسياسة السعرية للمنشأة الأولى، ولكن بسبب تشابه ظروف جميع تلك المنشآت. بحيث أنها إذا وجدت إحدى المنشآت أن أرباحها سترتفع عند تخفيض السعر، فإن منافسيها سيجدون أن أرباحهم سوف تزيد كذلك بتخفيض السعر، ولذلك فإن مبيعات المنشأة سوف تزيد قليلاً عند تخفيض السعر (أى تكون مرونة الطلب منخفضة). وسوف يؤدى خفض الأسعار بصورة متتالية أو ما يطلق عليه حرب الأسعار Price War إلى تحرك المنشأة على منحنى الطلب ط ط.

ويوجد كذلك منحنى الطلب طَ طَ ويستند هذا المنحنى إلى افتراض عدم تغير المنشآت الأخرى لسياستها السعرية إذا أقدمت المنشأة على خفض سعر بيع منتجها. وتكون مرونة الطلب على مُنتَّج المنشأة كبيرة جداً بالنسبة لمرونة منحنى الطلب فى السوق ككل. حيث تكون منتجات جميع المنشآت بدائل قريبة جداً لبعضها، فعندما تقرر المنشأة إجراء خفض قليل فى السعر ستزيد مبيعاتها كثيراً (إذا لم تقم المنشآت الأخرى بخفض سعرها)، وسيكون التحرك هنا على منحنى الطلب طَ طَ. والملاحظ هنا أن منحنى الطلب طَ طَ يكون ذات مرونة كبيرة جداً بالمقارنة بمنحنى الطلب ط ط.

ويعتمد تحديد منحنى الطلب المناسب على طريقة التفاعل بين المنشآت التى تعمل فى سوق المنافسة الاحتكارية، فيما إذا كان هذا التفاعل سيكون إيجابى (سيكون منحنى الطلب المناسب ط ط)، وفيما إذا كان هذا التفاعل سيكون سلبى (سيكون منحنى الطلب المناسب طَ طَ)، وذلك كما يتضح من الشكل (١-١٣).

شكل رقم (١-١٣)
منحني الطلب علي مُنتَج المنشأة
فى سوق المنافسة الاحتكارية



فإذا كان السعر السائد[١] فى السوق (و ث) ستكون مبيعات المنشأة فى السوق هى الكمية (و ك). وإذا قامت المنشأة بخفض سعرها إلى (و ث١) فستكون مبيعاتها فى السوق الكمية (و ك١) إذا اتبعت جميع المنشآت نفس السياسة السعرية وقامت بتخفيض السعر، بينما ستكون مبيعات المنشأة الكمية (و كَ١) إذا كانت المنشأة هى الوحيدة التى خفضت سعرها. وإذا قامت المنشأة برفع سعر بيع منتجها إلى (و ث٢) فستكون مبيعاتها (و ك٢) إذا اتبعت جميع المنشآت نفس السياسة السعرية وقامت برفع السعر، بينما ستكون مبيعات المنشأة الكمية (و كَ٢) إذا كانت المنشأة هى الوحيدة التى رفعت سعرها.

٤: توازن المنشأة فى الأجل القصير:

سيتم تحليل توازن المنشأة فى ضوء افتراضات "تشامبرلين" وهذه الافتراضات هى :

١) يقوم عدد كبير من المنشآت بإنتاج منتجات مميزة (غير متجانسة)، تكون جميعاً بدائل قريبة لبعضها.

---

(١) ستكون أسعار المنتجات البديلة لمُنتَج المنشأة قريبة جداً من هذا السعر وتدور حوله.

٢) يكون عدد المنشآت كبيراً، بحيث لايؤثر سلوك إحدى المنشآت على الأخرى بصورة مباشرة، ولايترتب على تصرف أى منها ردود فعل من جانب المنشآت الأخرى.

٣) تتماثل ظروف الطلب والتكاليف التى تواجه المنشآت المختلفة. ولكن هذا الافتراض غير واقعى، لأنه طالما أن مُنتَّجات المنشآت متمايزة، فستكون ظروف الطلب والتكاليف مختلفة، وإن كان هذا لايمنع أن يكون اختلاف ظروف الطلب والتكاليف اختلافاً طفيفاً وليس عميقاً.

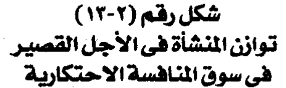
٤) يمكن للمنشأة التأثير فى الطلب على مُنتَّجها بدرجة محدودة، بإتباع إحدى السياسات الثلاث الآتية:
- سياسة سعرية.
- سياسة تعديل مواصفات السلعة، لتحسين نوعية السلعة أو إضافة استخدامات جديدة لها.
- سياسة الإعلان والترويج.

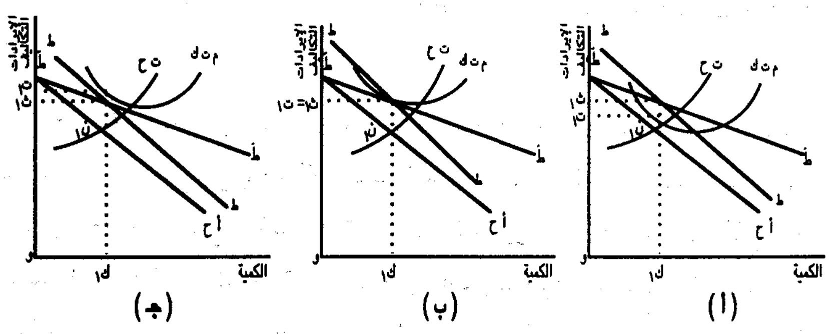
وسيتم التحليل هنا فى ضوء السياسة السعرية، حيث سيترتب على تغيير المنشأة لسعر بيع مُنتَّجها تغيير مقابل فى حجم الإنتاج وحجم المبيعات وحجم الأرباح المحققة. وفى الأجل القصير لايكون فى مقدور المنشأة تغيير حجم طاقتها الإنتاجية (حجم المشروع) ولكن يمكنها تغيير وتعديل حجم الإنتاج فى ضوء طاقتها الإنتاجية الثابتة. كذلك لن تتاح فرصة دخول منشآت جديدة مجال الإنتاج فى نفس المجموعة السلعية فى الأجل القصير.

ولن يختلف تحليل توازن المنشأة هنا كثيراً عنه فى نماذج السوق الأخرى، حيث ستتمكن المنشأة من تحقيق أهداف الربحية الخاصة سواء تمثلت فى تعظيم الأرباح أو إقلال الخسائر. عندما تتنتج حجم الإنتاج الذى تكون عنده الإضافة إلى الإيراد الكلى (أ ح) مساوية للإضافة إلى التكاليف الكلية (ت ح). وطالما أن منحنى الطلب الذى يواجه المنشأة كبير المرونة

وليس تام المرونة فإن ظروف الطلب والإيراد ستكون مثل تلك التى تواجه المنشأة فى سوق الاحتكار الكامل، ومن ثم فإن توازن المنشأة فى سوق المنافسة الاحتكارية سيتحدد كما لو كانت المنشأة فى سوق احتكار كامل. مع التركيز على أن منحنى الطلب سيكون كبير المرونة بدرجة عالية، وبالتالى يكون ميله سالب ويكون أقرب لمنحنى الطلب تام المرونة.

ويمكن أن يتحقق توازن المنشأة بتحقيق أرباح اقتصادية، أو بتحقيق الأرباح العادية فقط، أو بتحقيق خسائر طالما أن الخسائر أقل من التكلفة الثابتة، أى أن السعر يغطى متوسط التكلفة المتغيرة، كما يتضح من تحليل الشكل رقم (٢-١٣).


شكل رقم (٢-١٣)
توازن المنشأة فى الأجل القصير
فى سوق المنافسة الاحتكارية



ففى الشكل رقم (٢-١٣/ أ) يمثل المنحنى (ط ط) منحنى الطلب الذى يواجه المنشأة وهو طلب كبير المرونة (ولكنه غير تام المرونة)، وينصف الإيراد الحدى (أ ح) المسافة المحصورة أسفل منحنى الطلب (ط ط). ويمثل المنحنى (م ت ك) التكاليف المتوسطة الكلية للمنشأة، والمنحنى (ت ح) التكاليف الحدية لتلك المنشأة.

ويتحقق توازن المنشأة عند النقطة (ن$_1$) حيث أ ح = ت ح، وذلك عند حجم الإنتاج و ك$_1$ وسعر البيع و ث$_1$.

وتحقق المنشأة ربح اقتصادى حيث يكون السعر (و ث$_{١}$) أكبر من تكلفة الوحدة (و ت$_{١}$)، ويمثل المستطيل (ت$_{١}$ ل$_{١}$ م$_{١}$ ث) متوسط ربح الوحدة المنتجة، ويحسب إجمالى الربح المتحقق للمنشأة بضرب حجم الإنتاج فى متوسط ربح الوحدة ويعادل (و ك$_{١}$ × ت$_{١}$ ل$_{١}$ م$_{١}$ ث$_{١}$).

وفى الشكل (٢-١٣/ ب) يتحقق توازن المنشأت عند النقطة (ن$_{٢}$) حيث أ ح = ت ح. عند حجم الإنتاج (و ك$_{١}$) وسعر البيع (و ث$_{١}$). وتحقق المنشأة الربح العادى فقط حيث يكون السعر (و ث$_{١}$) مساوياً متوسط التكلفة الوحدة (ت$_{١}$) أى أن السعر يغطى متوسط التكلفة الكلية.

وفى الشكل (٢-١٣/جـ) يتحقق توازن المنشأة عند النقطة (ن$_{١}$) حيث أ ح = ت ح، عند حجم الإنتاج (و ك$_{٣}$) وسعر البيع (و ث$_{١}$)، وتحقق المنشأة خسائر (أقل من التكلفة الثابتة)، حيث يكون السعر (و ث$_{١}$) أقل من متوسط تكلفة الوحدة (ت$_{١}$).

ويجب ألا ننسى أن المنشآت فى سوق المنافسة الاحتكارية تنتج منتجات متمايزة، وبالتالى سيواجه كل منشأة منحنى طلب خاص بها، وفى الأجل القصير تحقق جميع المنشآت توازنها ليتساوى إيرادها الحدى (أ ح) مع تكلفتها الحدية (ت ح)، وستكون أسعار البيع لجميع المنشآت متقاربة. دون أن تكون متساوية. لأن درجة تحكم المنشأة فى السعر تخضع للقيود التى يفرضها وجود العديد من البدائل القريبة لمُنتَّج تلك المنشأة.

المراجـــع

أولاً: مراجع باللغة العربية:

١- إدوين مانسفيلد، ناريمان بيهرافيش، ***علم الاقتصاد***، ترجمة مركز الكتب الأردنى (عمان: مركز الكتب الأردنى، ١٩٨٨).

٢- ريتشارد هـ. ليفتويتش، ***نظام الأسعار وتخصيص الموارد***، ترجمة عبدالتواب اليمانى، عبدالحفيظ محمود الزليطنى (بنغازى: منشورات جامعة بنغازى، كلية الاقتصاد والتجارة، بدون تاريخ).

٣- محمود سمير طوبار، ***الاقتصاد: مبادئ ومشاكل وسياسات*** (القاهرة: المؤلف، ١٩٨٣).

٤- محمد سلطان أبوعلى، هناء خير الدين، ***أصول علم الاقتصاد: النظرية والتطبيق*** (القاهرة: المؤلفان، ١٩٩٥).

ثانياً: مراجع باللغة الإنجليزية:

1- Alfred Marchall, ***Principles of Economics : An Interoductory Volum*** (London: The MacMillan Press, Ltd., Eighth edition, 1977).

2- Campbell R. McConnell and Harish C. Gupta, ***Economics : Principles, Problems and Policies, Volume 1*** (New Delhi: Tata McGraw-Hill, LTD., 1977).

3- David C. Colander, ***Economics*** (New York: McGraw Hill, Third edition, 1998).

4- David Heath Field and Mark Russell, ***Modern Economics*** (New York: Harvester Wheatsheat, 1992).

5- David N. Hyman, ***Ecnomics*** (london; Irwin, Fourth edition, 1997).

6- Edwin G. Dolan and David E. Lindsey, ***Basic Economics*** (Hinsdasle, Illinois : The Dryden Press, 1977).

7- Fred M. Gottheil, ***Principles of Economics*** (Illinois: South-Western Colloge Publishing, 1996).

8- Paul A. Samuelson, ***Economics*** (London : McGraw-Hill Kogakusha, Ltd., Eleventh edition, 1980).

9- ________________ and William D. Nordhaus, ***Economics*** (New York: McGraw-Hill, Sixteenth Edition, 1998).

10-Richard G. Lipsey, et. al., ***Economics*** (New York: Addison-Wesley, Twelfth edition , 1999).

11-Roger Leroy Miller, ***Economics Today*** (New York: Harper & Row Publishers, Inc., Fifth edition, 1985).

فهرست المحتويات

مقدمة ٧

فصل تمهيدى : مفاهيم أولية فى الاقتصاد ١٥

١ : النظرية الاقتصادية ١٥

٢: السياسة الاقتصادية ١٧

٣ : أنواع التحليل الاقتصادى ١٩

٣-١ : أنواع التحليل الاقتصادى وفقاً لمستوى التجميع للمتغيرات الاقتصادية ١٩

٣-٢ : أنواع التحليل الاقتصادى وفقاً لأسلوب صياغة العلاقات الاقتصادية ٢٢

٣-٣: أنواع التحليل الاقتصادى وفقاً لمعيار الزمن ٢٤

٤: عرض العلاقات الاقتصادية من خلال الأشكال البيانية ٢٥

٤-١: طبيعة العلاقات الاقتصادية واختلاف ميل المنحنيات ٢٧

٤-١-١: العلاقات الاقتصادية موجبة الميل ٢٧

٤-١-٢: العلاقات الاقتصادية سالبة الميل ٢٨

٤-١-٣: أشكال أخرى للميل ٢٩

٤-٢: النهايات العظمى والنهايات الصغرى ٢٩

٤-٣ : كيفية حساب ميل المنحنى بيانياً ٣٠

الباب الأول : علم الاقتصاد والمشكلة الاقتصادية ٣٣

مقدمة ٣٥

الفصل الأول : المشكلة الاقتصادية : الاختيار والتخصيص ٣٧

١: الحاجات اللامحدودة أو اللانهائية ٣٧

٢: الموارد الاقتصادية المحدودة (النادرة) ٣٩

٣: إمكانيات الإنتاج (قرارات الاختيار والتخصيص) ٤٤

٣-١ : منحنى إمكانيات الإنتاج ٤٦

٣-٢: إعادة تخصيص الموارد ونفقة الفرصة البديلة ٤٧

٣-٣ : إعادة تخصيص الموارد وتزايد التكاليف ٤٨

٤ : اقتراب من الواقع فى تحليل إمكانيات الإنتاج ٥٠

٤-١: البطالة الظاهرة والبطالة المقنعة وإمكانيات الإنتاج ٥٠
٤-٢: الاقتصاد مضطرد النمو وإمكانيات الإنتاج ٥٢
٤-٢-١ :زيادة عرض الموارد الاقتصادية ٥٢
٤-٢-٢ : التقدم التكنولوجى ٥٤
٥: الاختيار الحاضر وموقع منحنى إمكانيات الإنتاج فى المستقبل ٥٥
الفصل الثانى : النظام الاقتصادى ومواجهة المشكلة الاقتصادية ٥٧
١ : طبيعة عمل النظام الاقتصادى ومكوناته ٥٧
٢: وظائف النظام الاقتصادى ٦١
الباب الثانى : آلية السوق الحر ٦٧
مقدمة ٦٩
المفهوم الاقتصادى للسوق ٦٩
الفصل لثالث : تحليل الطلب والعرض ٧٣
١ : تحليل الطلب ٧٣
١-١: مفهوم الطلب ٧٣
١-٢ : محددات الطلب ٧٦
٢ : تغير الكمية المطلوبة وتغير الطلب ٨١
٢-١ : زيادة الطلب ٨٣
٢-٢ : نقص الطلب ٨٤
٣ : تحليل العرض ٨٥
٣-١ : مفهوم العرض ٨٦
٣-٢ : محددات العرض ٨٩
٤ : تغير الكمية المعروضة وتغير العرض ٩٢
٤-١ : زيادة العرض ٩٤
٤-٢ : نقص العرض ٩٥

الفصل الرابع : مرونات الطلب والعرض.. ٩٧
١ : مرونات الطلب ٩٧
١-١ : مرونة الطلب السعرية ٩٨
١-١-١: مرونة الطلب السعرية الذاتية ٩٨
١-١-٢ : مرونة الطلب السعرية التقاطعية ١٠٨
١-٢ : مرونة الطلب الدخلية ١١٢
٢ : مرونة العرض ١١٥
الفصل الخامس : توازن السوق.. ١١٩
١ : توازن السوق ١١٩
٢: استقرار توازن السوق... ١٢٠
٣ : توازن السوق وفائض المستهلك والمنتج.................................. ١٢٣
٤: أثر تغيرات محددات العرض والطلب على توازن السوق........................ ١٢٧
٤-١ : تغير الطلب أو العرض ١٢٧
٤-١-١ : تغير الطلب مع ثبات العرض ١٢٨
٤-١-١ : تغير العرض مع ثبات الطلب ١٢٨
٤-٢: أثر تغير العرض والطلب معاً ١٢٩
٤-٢-١ : زيادة الطلب مع زيادة العرض ١٢٩
٤-٢-٢ : نقص الطلب مع نقص العرض ١٣١
٤-٢-٣ : زيادة الطلب مع نقص العرض ١٣١
٤-٢-٤ : زيادة العرض مع نقص الطلب ١٣٣
الباب الثالث: سلوك المستهلك في إطار قواعد السوق الحر........................ ١٣٥
مقدمة ١٣٧
الافتراضات التي تحكم تحليل سلوك المستهلك.................................... ١٣٧
الفصل السادس : تحليل المنفعة وتفسير سلوك المستهلك.......................... ١٤١
١- مفهوم المنفعة المكتسبة ١٤١
٢ : مفهوم المنفعة المضحى بها... ١٤٥

٢-١: المنفعة الحدية للنقود ١٤٦
٢-٢ : الفرق بين المنفعة الحدية للنقود وقيمة النقود ١٤٧
٣: اتخاذ قرار الشراء فى حالة سلعة واحدة ١٤٨
٤: اتخاذ قرار الشراء فى حالة شراء المستهلك أكثر من سلعة ١٧٩
الفصل السابع : منحنيات السواء وتفسير سلوك المستهلك ١٥٥
١: منحنى السواء وخريطة السواء ١٥٥
١-١ : المعدل الحدى للإحلال ١٥٧
١-٢ : خصائص منحنيات السواء ١٥٨
١-٣ : خريطة السواء ١٦٠
١-٤ : الأشكال المختلفة لمنحنيات السواء ١٦١
٢: خط الميزانية ١٦٣
٢-١: تغير الدخل وانتقال خط الميزانية ١٦٦
٢-٢ : تغير سعر السلعة وانتقال خط الميزانية ١٦٧
٣: توازن المستهلك ١٦٨
٣-١: أثر تغير الدخل على توازن المستهلك ١٧٠
٣-٢ : أثر تغير سعر السلعة على توازن المستهلك ١٧٢
٣-٣: أثر الإحلال وأثر الدخل ١٧٤
الباب الرابع : سلوك المنتج فى إطار قواعد السوق الحر ١٧٧
مقدمة ١٧٩
الفصل الثامن : تحليل علاقات الإنتاج فى المنشأة ١٨١
١ : اختلاف علاقات الإنتاج باختلاف المدى الزمنى للإنتاج ١٨١
١-١: فترة السوق : ١٨١
١-٢ : الفترة القصيرة ١٨٢
١-٣ : الفترة الطويلة ١٨٣
٢ : علاقات الإنتاج فى الأجل القصير ١٨٦
٢-١ : قانون تناقص الغلة ١٨٦

٢-٢ : مفاهيم الإنتاجية ١٨٨
٢-٢-١ : الإنتاجية الكلية ١٨٨
٢-٢-٢: الإنتاجية المتوسطة ١٨٩
٢-٢-٣ : الإنتاجية الحدية ١٩٠
٢- ٣: مراحل الإنتاج لعنصر الإنتاج المتغير فى المنشأة فى الأجل القصير......... ١٩١
٢-٣-١ : المرحلة الأولى: مرحلة تزايد الغلة ١٩١
٢-٣-٢ : المرحلة الثانية : مرحلة تناقص الغلة ١٩٢
٢-٣-٣ : المرحلة الثالثة : مرحلة الغلة السالبة ١٩٣
٢-٤: التمثيل البيانى والهندسى لعلاقات الإنتاج فى الأجل القصير............... ١٩٤
٢-٤-١: اشتقاق (ن م) هندسياً ١٩٦
٢-٤-٢ : اشتقاق منحنى (ن ح) هندسياً ١٩٧
٣ : علاقات الإنتاج فى الآجل الطويل ١٩٨
٣ -١ : مراحل الإنتاج فى الأجل الطويل ١٩٩
٣-١-١ : مرحلة تزايد الغلة بالنسبة للحجم ١٩٩
٣-١-٢: مرحلة ثبات الغلة بالنسبة للحجم ٢٠٠
٣-١-٣ : مرحلة تناقص الغلة بالنسبة للحجم ٢٠١
٣-٢ : التمثيل البيانى والهندسى لعلاقات الإنتاج فى الآجل الطويل ٢٠٢
الفصل التاسع : تحليل تكاليف الإنتاج فى المنشأة ٢٠٥
١: المفاهيم المختلفة لتكاليف الإنتاج ٢٠٥
١-١: التكاليف الصريحة والتكاليف الضمنية ٢٠٥
١-٢: التكاليف الخاصة والتكاليف الاجتماعية ٢٠٧
١-٣ : التكاليف الغارقة ٢٠٨
١-٤: التكاليف التاريخية ٢١٠
٢ : علاقات تكاليف الإنتاج فى الأجل القصير ٢١٠
٢-١ : التكاليف الكلية للإنتاج ٢١٠
٢-٢ : تكلفة الوحدة (التكاليف المتوسطة) ٢١٣
٢-٣: علاقات التكاليف الثابتة والمتغيرة والكلية ٢١٨

٢-٤ : علاقات التكلفة المتوسطة والتكلفة الحدية ٢٢٠
٣ : علاقات تكاليف الإنتاج فى الأجل الطويل ٢٢٢
٣-١ : التكلفة الكلية في الأجل الطويل............................... ٢٢٢
٣-٢ : التكاليف واقتصاديات الحجم ٢٢٤
٣-٣ : التكلفة المتوسطة فى الأجل الطويل ٢٢٦
٣-٤ : الحد الأدنى للحجم الأكفأ للمنشأة ٢٢٧
الباب الخامس : قرارات تحديد السعر والناتج والربحية للمنشأة ٢٢٩
مقدمة ٢٣١
الفصل العاشر : قرارات تحديد السعر والناتج
والربحية للمنشأة في سوق المنافسة الكاملة............................... ٢٣٣
١ : طبيعة سوق المنافسة الكاملة ٢٣٣
٢ : إيرادات المنشأة فى سوق المنافسة الكاملة ٢٣٨
٣ : توازن المنشأة فى الأجل القصير ٢٤٠
٣-١ : توازن المنشأة فى الأجل القصير : هدف أقصى ربح ممكن............................... ٢٤٢
٣-٢: توازن المنشأة فى الأجل القصير : هدف التعادل وتحقيق الأرباح العادية ٢٤٧
٣-٣ : توازن المنشأة فى الأجل القصير: هدف أدنى خسارة ممكنة............................... ٢٥٠
٣-٤ : توازن المنشأة فى الأجل القصير: حالة التوقف عن الإنتاج ٢٥٤
٤: اشتقاق منحنى عرض المنشأة والصناعة فى الأجل القصير............................... ٢٥٦
٥ : توازن المنشأة والصناعة فى إطار تعديلات الأجل الطويل ٢٥٨
الفصل الحادي عشر : قرارات تحديد السعر والناتج
والربحية للمنشأة في سوق الاحتكار التام............................... ٢٦١
١ : طبيعة سوق الاحتكار الكامل ٢٦١
٢ : إيرادات المنشأة فى سوق الاحتكار الكامل ٢٦٤
٣ : توازن المنشأة فى الأجل القصير ٢٦٧
٣-١ : توازن المنشأة فى الأجل القصير : هدف أقصى ربح ممكن............................... ٢٦٨
٣-٢ : توازن المنشأة فى الأجل القصير : هدف التعادل وتحقيق الأرباح العادية... ٢٧٢

٣-٣ : توازن المنشأة فى الأجل القصير: هدف أدنى خسارة ممكنة................. ٢٧٥
٣-٤ : توازن المنشأة فى الأجل القصير: حالة التوقف عن الإنتاج ٢٧٩
٤ : سياسة التمييز السعرى ٢٨٢
الفصل الثاني عشر : قرارات تحديد السعر والناتج
والربحية للمنشأة في سوق منافسة القلة.................................... ٢٨٧
١ : طبيعة سوق احتكار (منافسة) القلة ٢٨٧
٢ : إيرادات المنشأة فى سوق احتكار (منافسة) القلة.................................. ٢٩١
٣ : التكتل الاحتكارى فى أسواق منافسة القلة ٢٩٢
٣ : التكتل الكامل (الكارتل) ٢٩٣
٣-١-١ : الكارتل المركزى ٢٩٣
٣-١-٢ : كارتل إقتسام السوق ٢٩٤
٣-٢ : التكتل غير الكامل لقيادة السعرية ٢٩٤
٣-٣ : السلوك المستقل للمنشآت العاملة فى سوق منافسة القلة........................ ٢٩٦
٤ : توازن المنشأة فى الأجل القصير ٢٩٦
٤-١ : التوازن فى نموذج الكارتل ٢٩٧
٤-١-١ : التوازن فى نموذج الكارتل المركزى ٢٩٧
٤-١-٢ : كارتل أقتسام السوق ٢٩٩
٥ : منحنى الطلب المنكسر والسلوك المستقل للمنشآت ٣٠١
الفصل الثالث عشر : قرارات تحديد السعر والناتج
والربحية للمنشأة في سوق المنافسة الاحتكارية.............................. ٣٠٥
١ : طبيعة سوق المنافسة الاحتكارية ٣٠٦
٢ : إيرادات المنشأة فى سوق المنافسة الاحتكارية ٣٠٨
٣: الطلب على منتج المنشأة والصناعة فى سوق المنافسة الاحتكارية................... ٣٠٨
٤: توازن المنشأة فى الأجل القصير ٣١١
المراجع ٣١٥

خاتمة

ختاماً يسجد المؤلف شاكراً لله تعالى على توفيقه وعونه لإنجاز هذا العمل، ويضع نصب عينيه :

• قول الله تعالى :



﴿ ... سُبْحَانَكَ لا عِلْمَ لَنَا إِلاَّ مَا عَلَّمْتَنَا إِنَّكَ أَنتَ الْعَلِيمُ الْحَكِيمُ (٣٢) ﴾

﴿ سورة البقرة ﴾

﴿ ... وَمَا أُوتِيتُم مِّنَ الْعِلْمِ إِلاَّ قَلِيلاً (٨٥) ﴾

﴿ سورة الإسراء ﴾

•• وقول رسولنا محمد ﷺ :

" اطلبوا العلم من المهد إلى اللحد "

••• وقول العماد الأصفهاني :

"... أني رأيت أنه لايكتب إنسانٌ كتاباً في يومه، إلا قال في غده: لو غُيِّرَ هذا لكان أحسن، ولو زِيد كذا لكان يُستَحْسَن، ولو قُدِمَ هذا لكان أفضل، ولو تُرِك هذا لكان أجمل، وهذا من أعظم العبر، وهو دليلٌ على استيلاءِ النقص على جُملة البشر.........."